ISBN: 978-93-5473-118-1

उपभोक्ता जागरूकता: एक सम्प्रत्यात्मक अध्ययन

- राजीव अग्रवाल
- निधि अग्रवाल
- वर्षा श्रीवास

उपभोक्ता जागरूकता: एक सम्प्रत्यात्मक अध्ययन

राजीव अग्रवाल
डीन—शिक्षा संकाय
बुन्देलखण्ड विश्वविद्यालय, झाँसी

निधि अग्रवाल
एम. कॉम., एम. एड.

वर्षा श्रीवास
बी. कॉम., बी. एड.

उपभोक्ता जागरूकता: एक सम्प्रत्यात्मक अध्ययन

राजीव अग्रवाल

निधि अग्रवाल

वर्षा श्रीवास

E-Book संस्करण: 2021

मूल्य: ₹79

ISBN: 978-93-5473-118-1

प्रकाशक:

वर्षा श्रीवास

पता: गाँधी विद्यालय के पास मौदहा, जिला हमीरपुर, 210507

Mob: 7081797678

ई-मेल: varsha7380423481@ gmail.com

प्राक्कथन

आज उपभोक्ता एक ग्राहक के रूप में जमाखोरी, कालाबाजारी, मिलावट, बिना मानक की वस्तुओं की बिक्री, अधिक दाम, गारंटी के बाद सर्विस नहीं देना, हर जगह ठगी, कम नाप-तौल इत्यादि संकटों से घिरा है। ग्राहक संरक्षण के लिए विभिन्न कानून बनें हैं, इसके फलस्वरुप भी उपभोक्ता आज सरकार पर निर्भर हो गया है। सरकार अपनी धीमी गति के कारण जन-जन को प्रभावित नहीं कर पा रही है, आज भी शिक्षा प्राप्त करने वाले विद्यार्थी, नौकरीपेशा लोग, गृहणियों को इस बात की जानकारी नहीं है कि वे मिलावट को कैसे पहचाने जागरुक कैसे बने, उन्हें असली-नकली वस्तुओं में फर्क नहीं पता वें दुकानदारों की बातों में आकर ज्यादा दाम भी दे देते है, फिक्स रेट के जमाने में चलते उपभोक्ताओं पर दुकानदार हावी हो जाते हैं। उ० प्र० बोर्ड में व NCERT की कक्षा 9 व 10 की किताबों में उपभोक्ता संरक्षण का पाठ होने के बावजूद छात्र इतने जागरुक नहीं है। कानून और सेहत से जुड़े तथ्यों से अनभिज्ञ है और सब एक अन्धी राह पर चल रहे हैं। इन सबसे उबरने के लिए एक सशक्त माध्यम से सभी को अपने अधिकार, कर्तव्य जानने होंगे, असली-नकली में पहचान करना होगा, सेहतमन्द वस्तुओं को जानना होगा, हो रही बेईमानी से बचकर जागरुक होना होगा।

प्रस्तुत पुस्तक को सात अध्यायों में विभाजित किया गया है—

प्रथम अध्याय में अध्ययन का औचित्य, अध्ययन के उद्देश्य, अनुसंधान विधि एवं अध्ययन के महत्व का वर्णन किया गया है।

द्वितीय अध्याय में उपभोक्ता जागरूकता से संबंधित भारत में तथा विदेशों में हुए शोध कार्यों का समीक्षात्मक अध्ययन किया गया है।

तृतीय अध्याय में उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, उपभोक्ताओं के अधिकार, उपभोक्ताओं की परेशानियां, उपभोक्ता संरक्षण का संगठनात्मक स्वरूप, उपभोक्ता अधिकार संरक्षण के कानून, उपभोक्ता विवाद निवारण एजेंसी एवं शिकायत की प्रक्रिया का वर्णन किया गया है।

चतुर्थ अध्याय में उपभोक्ता हितकारी शासकीय नियम व सिद्धांत यथा माप तौल के नियम, पैकेजिंग और लेवलिंग नियम, निषेध और बिक्री पर प्रतिबंध के नियम, प्रमाणीकरण चिह्न विभिन्न मार्क एवं पैकेज और लेवल पर इस्तेमाल होने वाले प्रतीक का वर्णन किया गया है।

पञ्चम अध्याय में उपभोक्ता जागरूकता के सात विविध क्षेत्रों—वस्तुओं को खरीदते समय ध्यान रखने योग्य आवश्यक बातें, दैनिक उपभोग की वस्तुओं के प्रति जागरूकता, विद्युत उपकरण व इलेक्ट्रॉनिक वस्तुएँ, सर्राफा से संबंधित वस्तुएएँ, दवाओं के प्रति जागरूकता, वस्त्रों के प्रति जागरूकता एवं त्योहारों के प्रति जागरूकता का वर्णन किया गया है।

षष्ठ अध्याय में कक्षा 9 की पाठ्य पुस्तक में उपभोक्ता जागरूकता का आलोचनात्मक अध्ययन एवं पाठ्यक्रम में समावेशन हेतु सुझाव का वर्णन किया गया है।

सप्तम अध्याय में अनुसंधान के निष्कर्ष, शैक्षिक निहितार्थ, शोध अध्ययन के सुझाव एवं भावी अध्ययन हेतु सुझाव प्रस्तुत किए गये हैं।

प्रस्तुत पुस्तक लघु शोध-प्रबंध पर आधारित है। शोध कार्य के प्रकाशन से वैज्ञानिक ज्ञान भण्डार में वृद्धि होती है एवं नवीन अनुसंधानों को प्रेरणा मिलती है। किसी भी शोध कार्य का तब तक कोई अर्थ नहीं है: जब तक कि वह जनसामान्य के लिये सुलभ न हो। प्रस्तुत पुस्तक इसी दिशा में किया गया एक प्रयास है। यह पुस्तक विद्यालय से सम्बन्धित हर एक घटक में प्रेरणा का संचार करने में सहायक सिद्ध होगी।

इस पुस्तक के सृजन में सन्दर्भ ग्रंथ सूची में उल्लिखित विभिन्न पुस्तकों का सहयोग लिया गया है। हम सभी के प्रति कृतज्ञता प्रकट करते हैं।

प्रस्तुत पुस्तक में अनेक त्रुटियाँ होना स्वाभाविक है। अतः यदि अनुभवी विद्वतगण अवगत कराने का कष्ट करेंगे, तो हम अत्यन्त आभारी होंगे तथा भावी संस्करण में संशोधन का प्रयास करेंगे।

2022, 11 जून

राजीव अग्रवाल
निधि अग्रवाल
वर्षा श्रीवास

अनुक्रमणिका

अध्याय प्रथम : अध्ययन परिचय

1.1 प्रस्तावना

प्रत्येक व्यक्ति एक उपभोक्ता है, चाहे उसका व्यवसाय, आयु, लिंग, समुदाय तथा धार्मिक विचारधारा कोई भी हो।

कहावत है कि **Customer is always right** अर्थात् ग्राहक की बात अथवा शिकायत सदैव सही होती है, हमारे विचार से यह कहावत आज से 50–60 वर्ष पूर्व सार्थक थी। युद्धकाल में राशन, परमिट–कोटा के राज में ग्राहक/उपभोक्ता की दुर्दशा हो गई है और वह परम्परा आज तक चली आ रही है। बाजार का तथाकथित राजा उपभोक्ता, अब दयनीय स्थिति को प्राप्त हो गया है। इस राजा की दयनीय स्थिति जग जाहिर है।

एक जागरुक उपभोक्ता ही एक सशक्त उपभोक्ता है। एक जागरुक उपभोकता न केवल स्वयं को शोषण से सुरक्षित रखता है, बल्कि यह संपूर्ण निर्माण और सेवा क्षेत्रों में दक्षता, पारदर्शिता और जवाबदेही को बढ़ावा देता है। उपभोक्ता सशक्तीकरण के महत्व को पहचानते हुए उपभोक्ता कार्य खाद्य्य और सार्वजनिक वितरण मंत्रालय द्वारा उपभोक्ता शिक्षा, उपभोक्ता संरक्षण और उपभोक्ता जागरुकता को सर्वोच्च प्राथमिकता दी गई है।

'जागो ग्राहक जागो' का नारा अब घर–घर में पहचाना जाता है जो पिछले 8 वर्षो में किए गए प्रचार अभियान का परिणाम है। उपभोक्ता जागरुकता पर लगातार बल देकर 11वीं पंचवर्षीय योजना में सरकार ने आम आदमी को उपभोक्ता के रुप में उसके अधिकारों की जानकारी देने के लिए यह प्रयास आरंभ किया। उपभोक्ता जागरुकता योजना के भाग के रुप में, ग्रामीण और दूरदराज के इलाकों को सर्वोच्च प्राथमिकता दी गई है। सरकार ने जागरुकता पैदा करने के लिए अनेक चैनलों का इस्तेमाल किया जिसमें शामिल है– प्रिंट मीडिया विज्ञापन, ऑडियो अभियान, वीडियों अभियान आदि।

भारत में 24 दिसम्बर राष्ट्रीय उपभोक्ता दिवस के रुप में मनाया जाता है। इसके अलावा 15 मार्च को विश्व उपभोक्ता अधिकार दिवस के तौर पर मनाया जाता है, भारत में इसकी शुरुआत 2000 से हुई।

फिर भी आज उपभोक्ता का अनेक प्रकार से शोषण किया जा रहा है, कभी माल या घटिया सेवा से, कभी कम माप–तौल के कारण, कभी नकली वस्तुएँ, कभी आकर्षक विज्ञापनों के कारण, कभी इनामी योजनाओं के कारण, कभी कानूनी रुप से निषिद्ध वस्तुओं

को बेचने के कारण आदि। कहने का तात्पर्य यह है कि यह एक विडम्बना है कि उपभोक्तवादी अर्थव्यवस्था में उपभोक्ता के हितों की अनदेखी की जा रही है।

ऐसी सभी स्थितियों में उपभोक्ता, विक्रेताओं द्वारा जिन्होंने वे वस्तुएं और सेवाएं बेची हैं, ठगा हुआ महसूस करते हैं। वे यह भी महसूस करते हैं कि इस हानि का उन्हें उपयुक्त मुआवजा मिलना चाहिए और आवश्यकता समझते हैं कि ऐसे मामले ठीक करने के लिए कोई पद्धति होनी चाहिए। दूसरी ओर, उपभोक्ताओं को यह महसूस करना चाहिए कि उनके केवल अधिकार ही नहीं, कुछ उत्तरदायित्व भी हैं, इसप्रकार उपभोक्ताओं को जागरुक होना अति आवश्यक है अतः यह एक ज्वलन्त मुद्दा है, इसमें अध्ययन–अध्यापन व शोध के क्षेत्र में अपार सम्भावनायें है।

1.2 समस्या का प्रादुर्भाव

आज उपभोक्ता एक ग्राहक के रुप में जमाखोरी, कालाबाजारी, मिलावट, बिना मानक की वस्तुओं की बिक्री, अधिक दाम, गारंटी के बाद सर्विस नहीं देना, हर जगह ठगी, कम नाप–तौल इत्यादि संकटों से घिरा है। ग्राहक संरक्षण के लिए विभिन्न कानून बनें हैं, इसके फलस्वरुप भी उपभोक्ता आज सरकार पर निर्भर हो गया है।

सरकार अपनी धीमी गति के कारण जन–जन को प्रभावित नहीं कर पा रही है, आज भी शिक्षा प्राप्त करने वाले विद्यार्थी, नौकरीपेशा लोग, गृहणियों को इस बात की जानकारी नहीं है कि वे मिलावट को कैसे पहचाने, जागरुक कैसे बने, उन्हें असली–नकली वस्तुओं में फर्क नहीं पता वें दुकानदारों की बातों में आकर ज्यादा दाम भी दे देते है, फिक्स रेट के जमाने में चलते उपभोक्ताओं पर दुकानदार हावी हो जाते हैं। उ0 प्र0 बोर्ड में व NCERT की कक्षा 9 व 10 की किताबों में उपभोक्ता संरक्षरण का पाठ होने के बावजूद छात्र इतने जागरुक नहीं है। कानून और सेहत से जुड़े तथ्यों से अनभिज्ञ है और सब एक अन्धी राह पर चल रहे हैं। इन सबसे उबरने के लिए एक सशक्त माध्यम से सभी को अपने अधिकार, कर्त्तव्य जानने होगें, असली–नकली में पहचान करना होगा, सेहतमन्द वस्तुओं को जानना होगा, हो रही बेईमानी से बचकर जागरुक होना होगा, इन्हीं विचारों को लेकर शोधकर्त्री ने उपभोक्ता जागरुकताः एक सम्प्रत्यात्मक अध्ययन को शोध हेतु समस्या के रुप में चुना है।

1.3 अध्ययन का औचित्य

आज उपभोक्ता के रुप में लगभग सभी असंतुष्ट हैं। जब मुझे B.Ed. में कक्षा 9 में अर्थशास्त्र पढ़ाने का मौका मिला तो मैंने पाया कि पाठ्यक्रम में उपभोक्ता जागरुकता के

नाम पर सिर्फ संरक्षण अधिनियम, उपभोक्ताओं के अधिकार व सार्वजनिक वितरण प्रणाली एवं राशनिंग प्रक्रिया पढ़ाया जाता है, कैसे जागरुक रहें, किस तरह मिलावट व धोखाधड़ी से बचे इत्यादि नहीं पढ़ाया जाता। तो मुझे भी असंतुष्टि हुई कि यह अनिवार्य रुप से पाठ्यक्रम में समावेशित होना चाहिए। जब मुझे M.Ed. में लघु शोध कार्य करने का अवसर प्राप्त हुआ तो उस समय 'उपभोक्ता जागरुकता' को ज्वलन्त मुद्दे के रुप में पाया।

आज एक गृहणी के रुप में लघु शोध कार्य में अध्ययन करने में मैंने अनुभव किया कि किस प्रकार हम ठगे जा रहें हैं, धोखाधड़ी के शिकार हो रहे हैं, असली–नकली में पहचान नहीं कर पाते। हमारे लिए कानून, नियम व अधिकार होते हुए भी हम अभी इनका पूरा लाभ नहीं ले पाते। इसप्रकार इस क्षेत्र में शोध करने की अपार सम्भावाएं है।

शोधकर्त्री, विद्यार्थियों, गृहणियों एवं समाज के अन्य व्यक्तियों से विचार–विमर्श के उपरान्त इस निष्कर्ष पर पहुंची कि इन सभी में उपभोक्ता जागरुकता के प्रति अत्यन्त अनभिज्ञता एवं उदासीनता विद्यमान है और इस विषय में शोध की महती आवश्यकता है।

अतः एम0एड0 में लघु शोध प्रबन्ध का विषय चुनते समय अन्तःमन से प्रेरणा हुई कि क्यों न मैं उपभोक्ता जागरुकता का अध्ययन करूँ और समस्या की गहराई में जाकर उपभोक्ता जागरुकता के लिए ठोस सुझाव प्रस्तुत करूँ।

1.4 समस्या कथन

'उपभोक्ता जागरुकता : एक सम्प्रत्यात्मक अध्ययन'

1.5 समस्या में प्रयुक्त शब्द का परिभाषीकरण

1.5.1 उपभोक्ता जागरुकता

"शोषण के खिलाफ संरक्षण निर्माताओं और विक्रेताओं के कम वजन, बाजार मूल्य से अधिक कीमत लेने, डुप्लीकेट माल आदि की बिक्री के रूप में कई मायनों में उपभोक्ताओं का दोहन किया जाता है। उनके विज्ञापन के माध्यम से बड़ी कंपनियाँ भी उपभोक्ताओं को गुमराह करती है। उपभोक्ता जागरूकता उन्हें निर्माताओं और विक्रेताओं द्वारा शोषण से बचाने का एक माध्यम है।"(webliography-1)

"उपभोक्ता जागरुकता से अभिप्राय निम्न संयोग से है–

- उपभोक्ता द्वारा खरीदी गई वस्तु की गुणवत्ता के विषय में जानकारी : उदा0 के लिए, उपभोक्ता को मालूम होना चाहिए कि वस्तु स्वास्थ के लिए अच्छी है या नहीं अथवा उत्पाद पर्यावरण जोखिम आदि पैदा करने से मुक्त है या नहीं।
- विभिन्न प्रकार के जोखिमों और उत्पाद को बेचने से सम्बन्धित समस्याओं की शिक्षा : उदा0 के लिए, किसी वस्तु की बिक्री का एक ढ़ंग, समाचार पत्रों, दूरदर्शन आदि के

माध्यम से विज्ञापनो के बुरे प्रभावों के विषय में उचित शिक्षा मिलनी चाहिए। उन्हें विज्ञापन की अंतर्सूची की भी जांच कर लेनी चाहिए।

- उपभोक्ता के अधिकारों के विषय में ज्ञान : पहले उपभोक्ता को यह जान लेना चाहिए कि उसे ठीक प्रकार से उत्पाद प्राप्त करने का अधिकार है। दूसरे, यदि उत्पाद किसी प्रकार दोषपूर्ण पाया जाता है तो उपभोक्ता को देश के कानून के अनुसार, मुआवजे के दावा करने का ज्ञान होना चाहिए।
- उपभोक्ता को अपने उत्तरदायित्व का ज्ञान : इससे यह अभिप्राय है कि उपभोक्ता को किसी प्रकार का अपव्ययी और अनावश्यक उपभोग नहीं करना चाहिए।" **(webliography-2)**

"consumer awareness means creating awareness of a consumer towards his rights and duties."**(webliography-3)**

"Consumer awareness is about making the consumer aware of his/her rights. It is a marketing term which means that consumers are aware of products or services, its characteristics and the other marketing P's (place to buy, price, and promotion)."**(webliography-4)**

प्रस्तुत लघु शोध में उपभोक्ता जागरुकता से तात्पर्य उपभोक्ता के अधिकारों के प्रति, उत्तदायित्वों के प्रति, खाद्य पदार्थों, पैकेट बन्द पदार्थ, कपड़े, इलेक्ट्रानिक सामान आदि में होने वाली धोखाधड़ी, मिलावट, दोषपूर्णता, स्वास्थ्य के प्रति सर्तकता व होने वाले असाध्य रोगों से बचाव से है।

5.1.2 सम्प्रत्यात्मक अध्ययन

"Conceptual study is also known as conceptual framework. A conceptual framework is an analytical tool with several variations and contexts. It is used to make conceptual distinctions and organize ideas. Strong conceptual frameworks capture something real and do this in a way that is easy to remember and apply."**(webliography-5)**

प्रस्तुत लघु शोध में सम्प्रत्यात्मक अध्ययन से तात्पर्य एक अवधारणात्मक विचारधारा व अध्ययन से जो उपभोक्ताओं में जागरुकता के लिए शोधकर्त्री द्वारा विभिन्न क्षेत्रों में वैचारिक व आवश्यक संज्ञान के तथ्यों को छात्रों, शिक्षकों, पाठ्यक्रम निर्माताओं, सामान्य जन के लिए एकत्रित व संगठित किया है जिसका वे लाभ प्राप्त कर सकें।

1.6 अध्ययन के उद्देश्य

किसी भी अनुसंधान कार्य का मुख्य उद्देश्य वैज्ञानिक विधि का प्रयोग करके समस्याओं का समाधान खोजना होता हैं। परन्तु अनुसंधान की समस्याएं किसी व्यक्ति विशेष

के समक्ष दिन–प्रतिदिन आने वाली समस्याएं अभी तक अज्ञात सत्यों, सिद्धान्तों या उपयोगों को सामने लाती हैं। वस्तुतः प्रत्येक अनुसंधान कार्य की अपनी कोई एक विशिष्ट समस्या एवं अपना कोई एक स्पष्ट व विशिष्ट उद्देश्य अवश्य होता है, कार्यपरक की दृष्टि से प्रस्तुत शोध कार्य के उद्देश्य अग्रांकित है–

1.उपभोक्ताओं के विभिन्न अधिकारों का अध्ययन करना।
2. उपभोक्ताओं की शिकायत/निवारण की प्रक्रिया का अध्ययन करना।
3. माप–तौल के नियमों का अध्ययन करना।
4. प्रमाणीकरण चिन्हों का अध्ययन करना।
5. पैकेजों और लेबलों पर इस्तेमाल होने वाले प्रतीकों का अध्ययन करना।
6. उपभोक्ता जागरुकता की नवीन प्रवृत्तियों का अध्ययन करना।
7. पाठ्य पुस्तकों में उपभोक्ता जागरुकता सम्बन्धी सामग्री का आलोचनात्मक अध्ययन करना।
8. उपभोक्ता जागरुकता सम्बन्धी तथ्यों के पाठ्यक्रम में समावेशन हेतु सुझाव प्रस्तुत करना।
9. खाद्य पदार्थो में मिलावट व धोखाधड़ी का अध्ययन करना।
10. विभिन्न वस्तुयें क्रय करते समय रखी जाने वाली सावधानियों का अध्ययन करना–

- मसालों
- पैकेट बन्द/Fast Food
- दूध–दही/मिठाईयां
- दवाइयां
- कपड़े
- विद्युत उपकरण/इलेक्ट्रॉनिक सामान
- आभूषण
- होली के रंग

1.7 अनुसंधान विधि

अनुसंधान की विभिन्न विधियों का वर्गीकरण अनेक प्रकार से किया गया है। सामान्यतः हम विधि को ऐतिहासिक विधि, वर्णनात्मक विधि तथा प्रयोगात्मक विधि आदि से जानते है। हेनरी लेस्टर स्मिथ ने तो 131 शब्दावलियों की एक सूची प्रस्तुत की है जिसे शिक्षा संबंधी अनुसंधानों में विभिन्न प्रसंगों व विभिन्न रुपों में प्रयोग किया गया है। वास्तव में इन्हें हम विधियाँ न कहकर अनुसंधान के प्रकार कहें, तो अधिक संगत होगा। प्रत्येक अनुसंधान एक विशेष प्रकार की समस्या का वैज्ञानिक समाधान प्रस्तुत करता है। अतः विभिन्न प्रकार की समस्याओं की प्रकृति के ऊपर निर्भर है कि अनुसंधान कैसा होगा अथवा उसकी विधि क्या होगी? यदि उचित रुप से विचार करें तो इनमें कोई विवाद नहीं है। समुचित वैज्ञानिक निष्कर्ष के लिए तो सबसे अच्छा होगा कि अनुसंधानकर्ता किसी समस्या के ऐतिहासिक पक्ष का

विश्लेषण करें, वर्तमान का अध्ययन कर तथा आवश्यकतानुसार प्रयोग भी करें। इस प्रकार की समन्वित प्रणाली ही सर्वोत्तम प्रणाली है। अनुसंधान की विधियों का वर्गीकरण विद्वानों ने अनेक प्रकार से किया है।

1. *मूलभूत अनुसंधान (Fundamental or Basic Research)* –ऐसे अनुसंधान जिनके निष्कर्षो द्वारा किन्हीं विशेष वैज्ञानिक नियमों का प्रतिपादन हो, इस वर्ग में आते है। इस अनुसंधान में अनुसंधानकर्ता प्राकृतिक घटनाओं को अपने अध्ययन के निष्कर्षो से संबंधित करता है। इस प्रकार के अनुसंधान का मुख्य कारण तथ्यों का एकत्रीकरण है क्योंकि तथ्य एकत्रित करने योग्य है। मूलभूत अनुसंधान, इस प्रकार हमारे ज्ञान में वृद्धि करता है।
2. *व्यवहृत अनुसंधान (Applied Reasearch)* – इस वर्ग में वे अनुसंधान आते है जिनके द्वारा किसी समस्या विशेष का समाधान आवश्यक हो। इसमें विज्ञान के कुछ विशेष नियमों का किसी विशेष मामले पर प्रभाव जाना जाता है। **एण्ड्रीआस के अनुसार** तथ्यों द्वारा यदि अनुसंधानकर्ता किसी क्रियात्मक समस्या का समाधान करें तो यह अनुसंधान व्यवहृत अनुसंधान कहलाता है।
3. *प्रविधि अनुसंधान (Technique Reasearch)* – इस प्रकार के अनुसंधान का संबंध निरीक्षण की विधियां सम्बंधी समस्याओं के समाधान से है। जब किसी चर के निरीक्षण की अनेक विधियाँ उपलब्ध हो तो प्रविधि अनुसंधान इन विधियों का तुलनात्मक अध्ययन कर उनकी प्रभाविता का स्पष्टीकरण करता है।
4. *ऐतिहासिक अनुसंधान (Historical Research)* – इसका संबंध भूत से है तथा यह भविष्य को समझने के लिए भूत का विश्लेषण करता है। अतः किसी समस्या, घटना अथवा व्यवहार से समुचित मूल्यांकन के लिए उसकी ऐतिहासिक पृष्ठभूमि से परिचित होना आवश्यक है। यह अनुसंधान शिक्षा मनोविज्ञान एवं अन्य सामाजिक विज्ञानों में चिंतन को नई दिशा एवं नीति निर्धारण में सहायता करता है।
5. *प्रयोगात्मक अनुसंधान (Experimental Research)* – प्रयोगात्मक अनुसंधान वैज्ञानिक अनुसंधान पद्धति है। यह एक उन्नत विधि है, जिसके अंतर्गत हम किसी सूक्ष्म समाधान प्रस्तुत कर सकते है। प्रयोगात्मक विधि अर्थ तथा उपयोगिता की दृष्टि से अत्यंत व्यवहारिक है क्योंकि इसमें अध्ययन नियंत्रित परिस्थितियों में किया जाता है।
6. *सर्वेक्षण अनुसंधान (Survey Reasearch)*– इस प्रकार के अनुसंधान का संबंध उन सामान्य समस्याओं से है जिनके अंतर्गत यह निश्चित करते हैं कि कौन सा चर अन्य किसी चर से, किस रुप में, किसी सीमा तक सम्बद्ध है। इस प्रकार चरों की स्थिति एवं

उनके संबंधों की स्थिति का सर्वेक्षण ही इसका मूल उद्देश्य होता है। सर्वेक्षण अनुसंधान की प्रवृत्ति समवेषणात्मक (Exploratory) होने के कारण किसी समस्या पर अनुसंधान के प्राथमिक स्तर पर यह बहुत उपयोगी है।

सर्वेक्षण अनुसंधान को पुनः 4 वर्गो में वर्गीकृत किया गया है–

i- वर्णनात्मक

ii- विश्लेषणात्मक

iii- विद्यालय सर्वेक्षण

iv- समाजिक

प्रस्तुत अनुसंधान में प्रयुक्त शोध विधि

अनुसंधान के मुख्यतः 3 उद्देश्य होते है–

a- सैद्धान्तिक

b- तथ्यात्मक

c- उपयोग

ये उद्देश्य अनुसंधान की विभिन्न विधियों एवं शोध–व्यूह के प्रयोग करने पर प्राप्त किये जाते है। विधि अनुसंधान क्रिया को परिभाषित करने का एक ढंग है जो समस्या की प्रकृति द्वारा निर्धारित होती है।

प्रस्तुत अध्ययन में अध्ययन की प्रकृति को देखते हुए शोध विधि के रुप में वर्णनात्मक अनुसंधान विधि का प्रयोग किया गया है।

वर्णनात्मक अनुसंधान की सामान्य प्रकृति

वर्णनात्मक अनुसंधान वर्तमान घटनाक्रमों तथा परिस्थितियों का वर्णन करता है। **जॉन डब्लू0 बैस्ट तथा जेम्स वी0 काहन** ने वर्णनात्मक अनुसंधान के अर्थ को स्पष्ट करते समय कहा है कि ‘‘कोई वर्णनात्मक अध्ययन ‘क्या है’ का वर्णन तथा विवेचन करता है। यह दशाओं व सम्बन्धों जो विद्यमान हैं, राय जो रखी गई हैं, प्रक्रियाएँ जो चल रही हैं, प्रभाव जो प्रत्यक्ष हैं, अथवा प्रवृत्तियाँ जो विकसित हो रही है से सम्बन्धित होता है। यद्यपि यह कभी–कभी अतीत की उन घटनाओं व प्रभावों पर भी विचार करता है जो वर्तमान परिस्थितियों से जुड़े हैं, मुख्यतः इसका सम्बन्ध वर्तमान से होता है।’’(संदर्भ ग्रन्थ सूची–1)

स्पष्ट है कि वर्णनात्मक अनुसंधान किसी परिस्थिति की उस दशा व प्रकृति के अध्ययन की ओर प्रवृत्त होता है जैसी वह अध्ययन के समय मौजूद है।

1.8 अध्ययन का परिसीमांकन

परिसीमन से तात्पर्य अनुसंधान समस्या के लिए निर्धारित किए गये अध्ययन क्षेत्र को किसी परिधि से घेर तक सीमित कर देने से होता है। दूसरे शब्दों में, अनुसंधानकर्ता अपने संसाधनों, समय, आर्थिक क्षमता, योग्यता तथा लक्ष्य को ध्यान में रखकर अनुसंधान समस्या का आकार निर्धारित कर लेता है। परिसीमन व सीमांकन में एक सूक्ष्म रेखा वाला अन्तर होता है, परिसीमांकन में अनुसंधानकर्ता द्वारा जानबूझकर निश्चित की गई सीमा रेखाएं होती है जबकि सीमांकन प्रयास के बावजूद अनुसंधान में रह गई कमियों, त्रुटियों या विवशताओं का वर्णन होता है। यहाँ शोधकर्त्री ने परिसीमांकन करके अध्ययन का निम्नलिखित परिसीमांकन किया है–

- प्रस्तुत अध्ययन उपभोक्ताओं को विभिन्न अधिकारों के प्रति व विभिन्न क्षेत्रों में कैसे जागरुक रहें, तक सीमित है।
- प्रस्तुत अध्ययन उ0प्र0 की पाठ्यपुस्तकों तक सीमित है।
- प्रस्तुत अध्ययन कक्षा 6 से 12 तक सीमित है।
- प्रस्तुत अध्ययन खाद्य पदार्थो, दवाओं, कपड़ों, इलेक्ट्रॉनिक समानों व सर्राफा तक ही सीमित है।

1.9 अध्ययन का महत्व

प्रस्तुत लघु शोध से उपभोक्ताओं की परेशानियां उजागर होगीं वे अपने अधिकारों को सरल व सहज भाषा में समझ सकेगें, उपभोक्ता अपने उत्तरदायित्व भी समझेगें। प्रस्तुत अध्ययन के माध्यम से उपभोक्ता किस प्रकार मिलावट होती है, ठगा जाता है, से सतर्क हो सकेगें, छात्र अध्ययन के समय में जागरुकता को जान पायेगें व एक कुशल उपभोक्ता बन सकेगें।

आज के छात्र कल के भावी नागरिक हैं यें पाठ्यक्रम में उपभोक्ता जागरुकता के समावेशन से स्वयं जागरुक तो होगें ही साथ में सभी को जागरुक करेगें।

इसप्रकार प्रस्तुत लघु शोध विद्यार्थियों, शिक्षकों, पाठ्यक्रम निर्माताओं आदि के लिए निश्चित ही उपयोगी सिद्व होगा।

अध्याय द्वितीय : सम्बन्धित साहित्य का सर्वेक्षण

अनुसंधान के क्षेत्र में सम्बन्धित साहित्य का सर्वेक्षण एक महत्वपूर्ण चरण है। इसके अवलोकन से शोध सम्बन्धी जानकारी एवं मार्गदर्शन प्राप्त होता है। सम्बन्धित साहित्य की जानकारी प्राप्त होने से शोधकर्ता की जटिलता स्वतः समाप्त अथवा कम हो जाती हैं तथा समय, शक्ति व धन की बचत होती है। सम्बन्धित साहित्य का सर्वेक्षण सम्बन्धित क्षेत्र में किए गये शोध एवं अनुसंधान कार्यों के बारे में गहन जानकारी देता है। सम्बन्धित साहित्य से तात्पर्य अनुसंधान की समस्या से सम्बन्धित उन सभी प्रकार की पुस्तकों, दृष्टिकोणों, पत्र–पत्रिकाओं, शोध–प्रबन्धों तथा अभिलेखों आदि से है, जिनके अध्ययन से अनुसंधानकर्ता को अपनी समस्या के चयन, परिकल्पनाओं के निर्माण, अध्ययन की रुपरेखा तैयार करने तथा वर्तमान कार्य को आगे बढ़ाने में सहायता मिलती है। प्रत्येक अनुसंधानकर्ता को यह भली–भाँति ज्ञात होना चाहिए कि उसके अन्वेषण क्षेत्र में कौन–कौन से स्त्रोत प्राप्त है? उनमें से किनका उपयोग करना है तथा वह उन्हें कहाँ से और कैसे प्राप्त कर सकता है?

जॉन डब्लू बेस्ट ने कहा है– 'व्यावहारिक रुप में सम्पूर्ण मानव ज्ञान, पुस्तकों एवं पुस्तकालयों में प्राप्त किया जा सकता है। यदि हम पुस्तकालय का सहारा नहीं लेते तो हम पूर्व के हुए कार्य को पुनः दोहराकर समय नष्ट करते है।' **(संदर्भ ग्रन्थ सूची–2)**

साहित्य अध्ययन के आधार पर अनुसंधानकर्ता यह निश्चित कर सकता है कि उसके द्वारा प्रस्तावित शोध से सम्बन्धित विषयों पर विचारणीय कार्य पहले ही हो चुका है अथवा नहीं। यदि हुआ है तो किस स्तर का हुआ है और इसमें किस क्षेत्र में आगे अध्ययन किया जा सकता है।

अनुसंधान क्षेत्र से सम्बन्धित साहित्य के सर्वेक्षण के बिना अनुसंधानकर्ता का कार्य अन्धेरे में तीर चलाने के समान हो जाता है। सम्बन्धित साहित्य का अवलोकन कर अनुसंधानकर्ता अपनी समस्या को सार्थक, मौलिक तथा अद्वितीय बनाता है एवं अनुसंधान की एक उपयुक्त रुपरेखा तैयार करने में मदद करता है।

प्रायः देखा गया है कि अनेक अनुसंधानकर्ता अपने अनुसंधान कार्य से सम्बन्धित साहित्य के सर्वेक्षण को गम्भीरता से नहीं लेते हैं। सम्बन्धित साहित्य का अध्ययन अनुसंधान प्रबन्ध में एक अध्याय को जोड़ देने अथवा ग्रन्थसूची को बढ़ाने तक सीमित नहीं रहता है वरन् अनुसंधान के औचित्य को स्पष्ट करने, रुपरेखा को बनाने एवं प्रदत्तों के संकलन व

व्याख्या में महत्वपूर्ण सहायता करना हैं। वस्तुतः अनुसंधान के प्रत्येक स्तर पर यह अत्यन्त सहायक होता है।

सम्बन्धित साहित्य के सर्वेक्षण के महत्व को स्पष्ट करते हुए **गुड, बार तथा स्केट्स ने लिखा है**–

'एक कुशल चिकित्सक के लिए यह आवश्यक है, कि वह अपने क्षेत्र में हो रही औषधि सम्बन्धित आधुनिकतम खोजों से परचित रहे, उसी प्रकार शिक्षा के जिज्ञासु छात्र, अनुसंधान के क्षेत्र में कार्य करने वाले तथा अनुसंधानकर्ता के लिए भी उस क्षेत्र से सम्बन्धित सूचनाओं एवं खोजों से परचित होना आवश्यक है।'

मानव ही एक ऐसा प्राणी है जो इस संसार में आकर सभी कार्य नये सिरे से प्रारम्भ ही नहीं करता वरन् वह अपने प्रत्येक कार्य सम्पादन में सदियों से संचित ज्ञान भंडार से भी लाभान्वित होता है।

इस प्रकार सभी शिक्षाविद् एवं लेखकों ने एकमत से अनुसंधान कार्य की सफलता के लिए सम्बन्धित साहित्य का अध्ययन अपरिहार्य माना है। सम्बन्धित साहित्य की उपयोगिता को निम्न बिन्दुओं से स्पष्ट किया जा सकता है–

1. सम्बन्धित साहित्य का सर्वेक्षण अनुसंधानकर्ता को अनावश्यक पुनरावृत्ति से रोकता है।
2. यह अब तक उस क्षेत्र विशेष में हो चुके कार्य की सूचना देता है।
3. यह शोध प्रबन्ध के एक महत्वपूर्ण अंग के रुप में अनुसंधानकर्ता के ज्ञान, उसकी स्पष्टता व कुशलता को स्पष्ट करता है।

2.1 भारत में हुए अध्ययन

बाबू हुसैन शरीफ (2016) द्वारा किया गया अध्ययन **'उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम एवं सशक्तीकरण पर उपभोक्ता व्यवहार : एक अध्ययन'** में तमिलनाडू राज्य के परिप्रेक्ष्य में उपभोक्ता संरक्षण एवं सशक्तीकरण का अध्ययन किया गया है। इस अध्ययन में **'बिना कष्ट सहै लाभ नहीं मिलता'** सूक्ति को उपभोक्ताओं के लिए कहा गया है और उपभोक्ताओं को जागरुक होना ही चाहिए उन्हें अपने मूलभूत अधिकारों के लिए आगे आना चाहिए और उनके लिए लड़ना चाहिए। अध्ययनकर्ता ने प्रसिद्ध सिद्धान्त **'क्रेता सावधान रहें – देखकर खरीदे' की जगह' 'विक्रेता सावधान रहें – देखकर बेचें'** को स्थापित करने का प्रयास किया है अध्ययनकर्ता ने इस सिद्धान्त का सुझाव देकर उपभोक्ता संरक्षण को एक नई दिशा दी है और मजबूत व सकारात्मक प्रयास किया है।

शबनम हजारिका (2014) द्वारा किया गया अध्ययन **'कपड़े खरीदने के तरीकों में उपभोक्ता जागरुकता'**में उपभोक्ताओं का कपड़े खरीदने के विषय में ज्ञान, उनके निर्णय

करने के तरीके, कपड़े खरीदने में प्रभावित करने वाले स्त्रोत, विभिन्न प्रकार के कपड़े, ब्राण्ड, लेबल और जागरुकता के विषय में अधिकार व उनके उत्तरदायित्व का अध्ययन किया गया है। इनका अध्ययन खासतौर पर महिला उपभोक्ता पर हुआ है, इन्होनें कुछ महत्वपूर्ण सुझाव प्रस्तुत किए जो निम्न लिखित है–

- खरीददारी के तरीकों में जागरुकता के लिए सरकार को एक नीति सुनिश्चित करनी चाहिए जो सरकारी, गैर–सरकारी, निर्माणक कम्पनियों इत्यादि के लिए उत्तरदायी हो और उपभोक्ताओं को उनके मूलभूत अधिकार पाने में कठिनाई न हो।
- सरकार की तरफ से कपडे खरीदने के लिए उत्तरदायी सरकारी, गैर सरकारी इत्यादि संस्थाओं के लिए प्रशिक्षण कार्यक्रम, छोटे अनुप्रयोगी कोर्स भी चलाने चाहिए।
- महिला उपभोक्ताओं को उत्साहित करना अति आवश्यक है कि वे कपडों की खरीददारी के उपरान्त Cash Memo जरुर लें। आवश्यकता पर, जिससे के वे शिकायत होने पर वे अपना पक्ष प्रस्तुत कर सकें, इसके लिए सरकार को एक सशक्त नीति बनानी चाहिए।

सुरेश चन्द्र बहिदार (2016) द्वारा किया गया अध्ययन **'उपभोक्तावाद पर उपभोक्ता जागरुकता : एक अध्ययन'** में उपभोक्तावाद का जन्म, क्रान्तिक परिवर्तन, नये युग का प्रारम्भ, उपभोक्ता अधिकार, संरक्षण अधिनियम, भविष्य में उपभोक्तावाद, ग्रामीण उपभोक्ताओं व शहरी उपभोक्ताओं के सशक्तीकरण पर तुलनात्मक अध्ययन किया गया है। अनुसंधानकर्ता ने उपभोक्तओं के सशक्तीकरण के लिए अपने अध्ययन में निम्न सुझाव प्रस्तुत किए है –

- कानून व अधिकारों को एक क्रमबद्ध रुप से सरल भाषा में व्याख्यात्मक होना चाहिए जिसे प्रत्येक उपभोक्ता भलि–भाँति समझ सके।
- उपभोक्ता अदालतों के महत्वपूर्ण कार्यों पर विभिन्न संचार माध्यमों के द्वारा प्रकाश डालना चाहिए जिससे उपभोक्ताओं में जागरुकता लायी जा सकें।
- माप और तौल विभाग को भी विक्रेता के गैर–कानूनी कार्यों के लिए उचित व ठोस कदम उठाने चाहिए।
- उपभोक्ता दिवस और अन्य सम्बन्धित दिनों को स्कूलों व महाविद्यालयों में उपभोक्ता सेमिनॉर, वाद–विवाद प्रतियोगिता आदि आयोजित करने चाहिए।

श्री मति उमा देवी (2015) द्वारा किया गया अध्ययन **'दूध के प्रति उपभोक्ता जागरुकता'** में दूध के उत्पादन, उसकी खपत, कम्पनियों द्वारा दूध, एहतियाती उपाय, दूध पर उपभोक्ता जागरुकता कई लेवलों में– क्षेत्र के अनुसार जागरुकता, उम्र के अनुसार जागरुकता, धर्म के अनुसार जागरुकता, शिक्षा के अनुसार जागरुकता, व्यवसाय के अनुसार जागरुकता, स्वास्थ्य के अनुसार जागरुकता, ब्राण्ड के अनुसार जागरुकता, का अध्ययन किया गया है। इस अध्ययन में उपभोक्ताओं को सशक्त बनाने के लिए उपभोक्ताओं,

निर्माणक/वितरक, गैर सरकारी व सरकारी सभी को जागरुकता के लिए सुझाव भी प्रस्तुत किए गए है जो निम्न हैं–

➢ उपभोक्ताओं के लिए सुझाव–

- दूध की खपत को, स्वास्थ्य से जुड़ी आवश्यक बातों को उपभोक्ताओं को समाचार पत्रों, पत्र–पत्रिकाओं इत्यादि के माध्यम से प्राप्त करते रहना चाहिए।
- जब भी दूध के निर्माण से सम्बन्धित विज्ञापनों को टी0वी0 में देखा जाए, रेडियों में सुना जाए तो उपभोक्ताओं को सुझाव दिया जाता है कि वे उन विज्ञापनो के उत्पादों की विशेषताओं के बारे में जाने व उन्हें गहराई से लें।

➢ निर्माणकों व वितरकों के लिए सुझाव–

- निर्माणकों को दूध के उत्पादन की विविधताओं की जानकारियों को उजागर करना चाहिए इसी प्रकार अपने ब्राण्ड का विज्ञापन करते समय भी उनकी विविधताओं को बताना चाहिए।
- निर्माणकों को दूध की प्रस्तुतीकरण के समय यह विशेष रुप से इंगित करना चाहिए कि वह गाय का दूध है कि भैंस का दूध है इससे उपभोक्ताओं में इसके प्रति भी जागरुकता आयेगी।

➢ गैर–सरकारी संस्थाओं के लिए सुझाव–

- इस प्रकार की संस्थाओं को चाहिए कि वे समय–समय पर विभिन्न स्थानों में विशेष रुप से ग्रमीण क्षेत्रों में जहाँ साक्षरता कम है, वहाँ दूध उत्पादन की जागरुकता से जुड़े कार्यक्रम आयोजित करें।
- गैर–सरकारी संस्थाओं को उपभोक्ताओं के लिए दूध–शेडस में भ्रमण की व्यवस्था करनी चाहिए जिससे उपभोक्ता दूध को हाईजीन करने वाली परिस्थितियों को देख व समझ सकें व दूध की प्रक्रिया इकाई को समझ सकें और दूध के शुद्धिकरण व उसकी आवश्यकता को समझ सकें।

➢ सरकार के लिए सुझाव–

- सरकार को स्थानीय निकायों के माध्यम से पोषण तत्वों से भरपूर दूध को उपभोक्ताओं के बीच में लोकप्रिय बनाने का कार्य करवाना चाहिए।
- सरकार दूध के प्रति जागरुकता को बढ़ावा देने के लिए उपभोगी दूध के उत्पादों को ट्रेन व बस की टिकटों के पीछे भी छपवा कर जागरुकता को बढ़ावा दे सकती है।
- सरकार को दूध में होने वाली मिलावटों के खिलाफ बने कानून को सख्ती से पालन करवाना चाहिए जिससे उचित वस्तु ही उपभोक्ताओं तक पहुँच सके।

आरती हरीश कुमार जोशी (2013) द्वारा किया गया अध्ययन **'वर्तमान में युवा उपभोक्ताओं पर उपभोक्ता जागरुकता में बढ़ोत्तरी के प्रभाव का विश्लेषण'** में खाद्य प्रसंस्करण उद्याोग का अध्ययन किया गया है, इस अध्ययन में प्रसंस्करण उद्याोग की नीतियों, सरकारी नीतियों, भारतीय व विदेशी व्यापार का अध्ययन किया गया है, इस अध्ययन में आज

की युवा पीढ़ी की विभिन्न आदतों का भी अध्ययन किया गया है। इस अध्ययन में 300 उपभोक्ताओं को लिया गया हैं जो डिब्बा बंद भोज्य पदार्थो का प्रयोग करते हैं।

श्रीमति एम0वी0 सत्यभामा (2015) द्वारा किया गया अध्ययन **'सघनता वितरण में उपभोक्ता जागरुकता के निर्धारक तत्व'** में अनुसंधानकर्त्री ने उपभोक्ता जागरुकता के कारकों से जुड़े हुए स्तरों का अध्ययन किया है इसमें अनुसंधानकर्त्री ने – शहरी व ग्रामीण क्षेत्र के आधार पर, लिंग के आधार, आयु के आधार पर, शिक्षा के आधार पर, विवाहित स्थिति के आधार पर, विभिन्न परिवार के प्रकार के आधार पर, जीविका के आधार पर, मासिक आय के आधार पर, समाचार पत्र पढ़ने वालों के आधार पर, पत्रिकाओं को पढ़ने वालों के आधार पर, उपभोक्ता फोरम में सदस्यता रखने वालों के आधार पर, ब्राण्डों की विविधताओं के आधार पर, सवतन्त्र रुप से खरीददारी करने वालों के आधार पर, शिकायतों के आधार पर उपभोक्ता जागरुता का अध्ययन किया हैं। अनुसंधानकर्त्री को समाज के विभिन्न लोगों के मतों के अनुसार पठन–पाठन की आदतों व उन पर हुए विचार–विमर्श से यह निष्कर्ष प्राप्त हुआ कि अभी–भी उपभोक्ताओं को सहायता की आवश्यकता है। सहायता प्राप्त होने से उपभोक्ताओं में जागरुकता के घन्त्व में वृद्धि होती है। उपभोक्ता अपनी रुचि के अनुसार एक बुद्धिमान खरीददार बन जाता है और वह बाजारवाद को गहराई से लेकर तुलना करता है और अपने अधिकारों व कानून के बारें में रुचि दिखाता है।

मनीषा शुकुल (2015) द्वारा किया गया अध्ययन **'गृहणियों में पर्यावरण की दृष्टि से उपभोगी वस्तुओं की खरीददारी और उपभोग व्यवहार से सम्बन्धित जागरुकता'** में अनुसंधानकर्त्री ने अपने अध्ययन पाया है कि गृहणियों में औसतन ही पर्यावरण की स्थिति/समस्याओं के बारे में जागरुकता है और एक उपभोक्ता के रुप में पर्यावरण की दृष्टि से अपने उत्तरदायित्वों में औसत दर्जे का ही अनुकूलित रवैया है। बहुत सी गृहणियों को 'Eco Mark'के बारें में नहीं पता और न ही इसका अर्थ जानती है और न ही उद्देश्य और यहाँ तक भी वे इन Mark से उत्पादों में होने वाले असर को जानने की इच्छुक भी नहीं है। अतएव अनुसंधानकर्त्री ने सरकार, शैक्षिक संस्थाओं और समाजसेवी संस्थाओं के लिए कुछ सुझाव भी प्रस्तुत किए है–

- गृहणियों में Eco Mark की जानकारी बिल्कुल Nill है, इसके लिए सरकारों को ठोस कदम उठाने चाहिए इसके लिए सरकार को संचार के विभिन्न माध्यमों जैसे– पत्र–पत्रिकाओं, समाचार पत्रों, टी0वी0 आदि के माध्यम से जागरुकता फैलानी चाहिए।

- अध्ययन में यह बात भी सामने आयी है कि गृहणियों की पर्यावरण के प्रति जागरुकता औसत दर्जे की है अतः सरकारों को पर्यावरणीय शिक्षा देने के कार्यक्रम जरुर प्रस्तुत करवानें चाहिए।
- शैक्षिक संस्थायें पर्यावरणीय जागरुकता फैलाने में एक महत्वपूर्ण भूमिका अदा कर सकती है, सरकारें सभी गृहविज्ञान महाविद्यालयों में पर्यावरणीय शिक्षा को जोड़े या पर्यावरणीय शिक्षा को अनिवार्य बना दें जिससे भावी गृणियाँ पर्यावरण के प्रति जागरुक रहेगीं।

2.2 विदेशों में हुए शोध

1.

विषय–Consumer Awareness and Knowledge of recombinant bovine somatatropin

अनुसंधानकर्ता–Erin A Schefer

वर्ष–1955

विश्वविद्यालय–University of Massachusetts Amherst, U.S.

2.

विषय– Consumer Awareness of Nutrition Services

अनुसंधानकर्ता–Shirley Warfield

वर्ष–1973

विश्वविद्यालय–University of Wisconsin, U.S.

3.

विषय–Consumer Awareness of Right in the State of Coloado

अनुसंधानकर्ता– Carttan Wilburn Mason

वर्ष–1974

विश्वविद्यालय– Ph.D. University of Northern Colorado

4.

विषय–An empirical investigation of consumer awareness through small group education

अनुसंधानकर्ता–Karlene Lowe Ryan

वर्ष–1974

विश्वविद्यालय–M.S. California State University, Fresno

5.

विषय– The assessment of consumer awareness of aduts

अनुसंधानकर्ता– Virinia Anna Haldeman Dickinson

वर्ष– 1980

विश्वविद्यालय– Ed. D. Utah University

6.

विषय–Consumer Awareness in South Africa

अनुसंधानकर्ता–G G Rousseau

वर्ष–1993

विश्वविद्यालय–University of Port Elizabeth Cape Town, South Africa.

7.

विषय–Is what you see, what you get? : Building Consumer Awareness

अनुसंधानकर्ता–Noomi Mc Cutcheon

वर्ष–1995

विश्वविद्यालय–University of Northern Lowa, United States

8.

विषय–Consumer response to a branded non-GMO food product : Awareness of lable and impact of price on purchase interest

अनुसंधानकर्ता–Darl K Bawngardner

वर्ष–2004

विश्वविद्यालय–M.S. California Polytechic State University.

9.

विषय–Clean food for all : Public health compaign and food safety awereness; a case study of Thailand

अनुसंधानकर्ता–Thananuch Tapaneeyakevl

वर्ष–2014

विश्वविद्यालय–The University of Tesasat Dallas

2.3 निष्कर्ष

ऊपर वर्णित भारत में उपभोक्ता अधिनियम, संरक्षण, सशक्तीकरण, दूध के प्रति जागरुकता, युवाओं की जागरुकता, गृहणियों की जागरुकता इत्यादि पर शोधकार्य किए गए है और विदेशों में न्यूट्रिशयन सर्विस, अधिकार, वेज–नॉन वेज प्रोडेक्ट, स्वास्थ्य और भोज्य पदार्थ के प्रति जागरुकता इत्यादि पर शोध कार्य हुए है। इनका अध्ययन कर शोधकर्त्री ने पाया कि इनमें उपभोक्ता जागरुकता के विभिन्न क्षेत्रों का एकल रुप में अध्ययन किया गया है, और संयुक्त रुप से अध्ययन की अपार सम्भावनाएं है। इसलिए शोधकर्त्री ने प्रस्तुत लघु शोध में आवश्यक संज्ञान के क्षेत्रों का संयुक्त रुप से सम्प्रत्यात्मक अध्ययन किया है। निष्कर्षतः कहा जा सकता है कि अध्ययन किए गए शोध कार्यों में संयुक्त रुप से कोई कार्य नहीं किया गया है।

3. तृतीय अध्याय : उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम व अधिकार

उपभोक्ता अधिकार और कल्याण आज प्रत्येक व्यक्ति के जीवन का अविभाज्य हिस्सा बन गया है और हमने अपनी दैनिक जीवन में इस सभी का कहीं न कहीं उपयोग किया है। प्रत्येक वर्ष **15 मार्च** को **'विश्व उपभोक्ता अधिकार दिवस'** मनाया जाता है। यह **अमेरिका के पूर्व राष्ट्रपति जॉन एफ केनेडी द्वारा** की गई एक ऐतिहासिक घोषणा थी।

3.1 उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम



चित्र– 3.1 : उपभोक्ता संरक्षण

भारत में उपभोक्ता आंदोलन की दिशा में 1966 में जे आर डी टाटा के नेतृत्व में कुछ उद्योगपतियों द्वारा उपभोक्ता संरक्षण के तहत फेयर प्रैक्टिस एसोसिएशन की मुंबई में स्थापना की। स्वयंसेवी संगठन के रुप में ग्राहक पंचायत की स्थापना बी एम जोशी द्वारा 1974 में पुणे में की गई। अनेक राज्यों में उपभोक्ता कल्याण हेतु संस्थाओं का गठन हुआ। इस प्रकार उपभोक्ता आंदोलन आगे बढ़ता रहा। **9 दिसम्बर 1986 को तत्कालीन प्रधानमंत्री श्री राजीव गांधी** जी की पहल पर उपभोक्ता संरक्षण विधेयक संसद में पारित किया गया और **24 दिसम्बर को राष्ट्रपति द्वारा** हस्ताक्षरित होने के बाद **15 अप्रैल, 1987 में पूरे भारत वर्ष में लागू हो गया।** इस अधिनियम में बाद में 1993 व 2002 में महत्वपूर्ण संशोधन किए गए। इन व्यापक संशोधनों के बाद यह एक सरल व सुगम अधिनियम हो गया है। **भारत में 24 दिसंबर के दिन राष्ट्रीय उपभोक्ता दिवस** मनाया जाता है।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम उपभोक्ताओं के अधिकारों की बेहतर सुरक्षा प्रदान करने के उद्देश्य सहित संयुक्त मार्गदर्शी सिद्धांतों के आधार पर 1986 में लागू किया गया था। यह सभी वस्तुओं और सेवाओं पर लागू होता है जब तक कि इसे विशेष रुप से छूट न दी जाएं और इसमें तीव्र तथा कम खर्चीले न्याय मार्ग के लिए निजी, सार्वजनिक और सहकारी क्षेत्रों को शामिल किया जाता है।

अधिनियम के अनुसार **'उपभोक्ता'** को निम्नानुसार परिभाषित किया है–

- कोई व्यक्ति जो अपने उपयोग के लिए सामान अथवा सेवाएं खरीदता है वह उपभोक्ता है।
- क्रेता की अनुमति से ऐसे सामान/सेवाओं का प्रयोग करने वाला व्यक्ति भी उपभोक्ता है।

इसलिए हम में से प्रत्येक किसी न किसी रुप में उपभोक्ता ही है।

इस अधिनियम के प्रावधान 'उत्पाद' और 'सेवाओं' को शामिल करते हैं। उत्पाद वे होते है, जिनका निर्माण या उत्पादन किया जाता है और इन्हें थोक विक्रेताओं या खुदरा व्यापारियों द्वारा उपभोक्ताओं को बेचा जाता है। सेवाओं के प्रकार में परिवहन, टेलीफोन, बिजली, निर्माण, बैकिंग, बीमा, चिकित्सा उपचार, रेस्ट्रारेन्ट सेवायें आदि शामिल है। इस अधिनियम के अंतर्गत सरकार द्वारा किए जाने वाले कार्य :

- भौतिक सुरक्षा प्रदान करना।
- उपभोक्ताओं के आर्थिक हितों की सुरक्षा और प्रोत्साहन देना।
- उपभोक्ता वस्तुओं और सेवाओं की सुरक्षा तथा गुणवत्ता के लिए मानक तैयार करना।
- राहत पाने के लिए उपभोक्ताओं को सक्षम बनाने हेतु साधन उपलब्ध कराना।
- नकली सामान/सेवाओं के समावेश को अनुचित व्यापार प्रथाओं के रुप में लेना।
- विशिष्ट क्षेत्रों (भोजन, पानी और दवाएं) से संबंधित साधन उपलब्ध कराना।
- उपभोक्ता शिक्षा और सूचना कार्यक्रमों को जनहित में फैलाना।

समय–समय पर हुये संशोधनों से अधिनियम के प्रावधानों पर सकारात्मक प्रभाव पडता है, वे अधिक व्यापक बनते हैं तथा परेशान उपभोक्ताओं के हितों को बेहतर रुप से सुरक्षित बनाने के उद्देश्य से प्रक्रिया विधि को सरल बनाया जाता है।

3.2 उपभोक्ताओं के अधिकार

भारत के संविधान में प्रत्येक नागरिक को 6 मौलिक अधिकार दिये है। उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम में उपभोक्ताओं के 6 अधिकारों को बताया गया है जो निम्न है :

1. सुरक्षा का अधिकार :

इसका अर्थ है वस्तुओं और सेवाओं के विपणन के विरुद्ध सुरक्षा प्रदान करना, जो जीवन और सम्पत्ति के लिए जोखिम पूर्ण है। खरीदी गई वस्तुएं और सेवाएं न केवल तात्कालिक आवश्यकताओं की पूर्ति करें बल्कि इनसे दीर्घ अवधि हितों की पूर्ति भी होनी चाहिए। खरीदने से पहले उपभोक्ताओं द्वारा वस्तुओं की गुणवत्ता पर जोर दिया जाना चाहिए और साथ ही उत्पाद तथा सेवाओं की गारंटी पर बल दिया जाना चाहिए। उन्हें वारीयता गुणवत्ता चिन्ह वाले उत्पाद खरीदने चाहिए जैसे आईएसआई, एग मार्क आदि।

2. सूचना पाने का अधिकार :

इसका अर्थ है वस्तुओं की मात्रा, गुणवत्ता, शक्ति, शुद्धता, स्तर और मूल्य के बारे में जानकारी पाने का अधिकार है। ताकि अनुचित व्यापार प्रथाओं के विरुद्ध उपभोक्ता को सुरक्षा दी जा सके।

3. चुनने का अधिकार :

इसका अर्थ है आश्वस्त होने का अधिकार, जहाँ भी प्रतिस्पर्धी कीमत पर वस्तुओं और सेवाओं की किस्मों तक पहुंचना संभव हो। जहां किसी का एकाधिकार है, इसका अर्थ है संतोषजनक गुणवत्ता और सेवा का आश्वासन उचित मूल्य पर पाना। इसमें मूलभूत वस्तु और सेवाओं का अधिकार भी शामिल है। इस अधिकार का उपयोग प्रतिस्पर्धी बाजार में बेहतर रुप से किया जा सकता है, जहां अनेक प्रकार की वस्तुएं प्रतिस्पर्धी कीमतों पर उपलब्ध हैं।

4. सुने जाने का अधिकार :

इसका अर्थ है उपभोक्ताओं के हितों पर उपयुक्त मंचों में पर्याप्त ध्यान दिया जाएगा। इसमें उपभोक्ता कल्याण पर विचार करने हेतु गठित विभिन्न मंचों में अधिकारों का प्रतिनिधित्व भी शामिल है। उपभोक्तओं द्वारा गैर राजनैतिक और गैर वाणिज्यक उपभोक्ता संगठन बनाए जाने चाहिए, जिन्हें सरकार और उपभोक्ताओं से संबंधित अन्य मामलों में निकायों द्वारा गठित विभिन्न समितियों में प्रतिनिधित्व दिया जा सके।

5. विवाद सुलझाने का अधिकार :

इसका अर्थ है अनुचित व्यापार प्रथाओं या उपभोक्ताओं के गलत शोषण के विरुद्ध विवाद सुलझाने का अधिकार। इसमें उपभोक्ता की वास्तविक शिकायतों दर्ज कराई जानी चाहिए। कई बार शिकायत बहुत कम कीमत की होती है पर समाज पर इसका गहरा प्रभाव पड़ता है। इसमें उपभोक्ता संगठनों की सहायता से भी अपनी शिकायतों का निपटान किया जा सकता है।

6. उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार :

इसका अर्थ है पूरे जीवन उपभोक्ता को सूचित बने रहने का ज्ञान और कुशलता अर्जित करने का अधिकार। उपभोक्ताओं की उपेक्षा, विशेष रुप से ग्रामीण उपभोक्ताओं की, यह उनके शोषण के लिए मुख्य रुप से उत्तरदायी है। उन्हें अपने अधिकारों का ज्ञान होना चाहिए तथा इनका उपयोग अवश्य करना चाहिए।

3.3 उपभोक्ताओं की परेशानियाँ

वस्तुओं में मिलावट, दूसरों को धोखा देकर अपना उल्लू सीधा करना, व्यापारियों द्वारा अधिकाधिक मुनाफा कमाने के लिए अनैतिक तरीकों को अपना कर ठगना, तथा भ्रामक

एवं मिथ्या विज्ञापनों के द्वारा लोगों को बेवकूफ बनाने की प्रवृत्ति बहुत बढ़ गई है। ऐसे में उपभोक्ताओं को अनेक दिक्कतों व परेशानियों का सामना करना पड़ता है। उपभोक्ताओं की कुछ परेशानियां निम्न प्रकार है :

- सेहत के लिए नुकसानदेह पदार्थ मिलाकर व्यापारियों द्वारा खाद्य पदार्थों में मिलावट करना या कुछ ऐसे पदार्थ निकाल लेना, जिनके कम होने से पदार्थ की गुणवत्ता पर विपरीत असर पड़ता है, जैसे दूध से क्रीम निकाल कर बेचना।
- टेलीविजन और पत्रपत्रिकाओं में गुमराह करने वाले विज्ञापनों के जरिये वस्तुओं का ग्राहक की मांग को प्रभावित करना।
- वस्तुओं की पैकिंग पर दी गई जानकारी से अलग सामग्री पैकेट के भीतर रखना।
- बिक्री के बाद सेवाओं को अनुचित रुप से देना।
- दोषयुक्त वस्तुओं की आपूर्ति करना।
- कीमत में छुपे हुए तथ्य शामिल होना।
- उत्पाद पर गलत या छुपी हुई दरें लिखना।
- वस्तुओं के वजन और मापन में झूठे या निम्न स्तर के साधन इस्तेमाल करना।
- थोक मात्रा में आपूर्ति करने पर वस्तुओं की गुणवत्ता में गिरावट आना।
- अधिकतम खुदरा मूल्य (एमआरपी) का गलत तौर पर निर्धारण करना।
- एमआरपी से ज्यादा कीमत पर बेचना।
- दवाओं आदि जैसे अनिवार्य उत्पादों की अनाधिकृत बिक्री उनकी समापन तिथि के बाद करना।
- बिक्री और सेवाओं की शर्तों और निबंधनों का पालन न करना।
- उत्पाद के बारे में झूठी या अधूरी जानकारी देना।
- गारंटी या वारंटी आदि को पूरा न करना

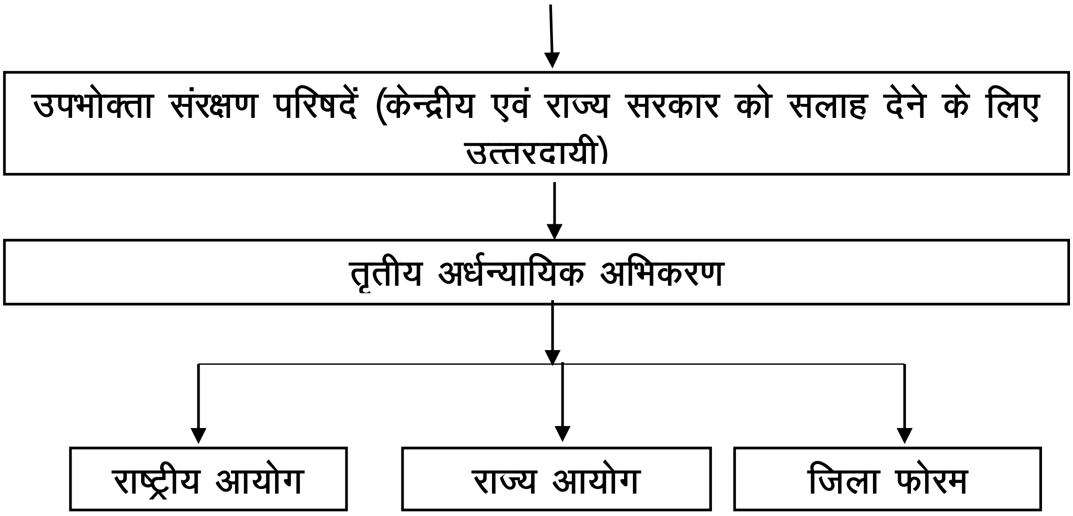
3.4 उपभोक्ता संरक्षण का संगठनात्मक स्वरुप

उपभोक्ता अधिकारों की रक्षा तथा उनकें हितों का संरक्षण एवं संवर्धन करने के लिए भारत में क्रियान्वयन एवं नियन्त्रण के लिए संगठनात्मक ढाँचा मौजूद है और सरकार को परामर्श प्रदान करने के लिए कुछ विशेषीकृत परिषदें स्थापित की गयी हैं। भारत में उपलब्ध उपभोक्ता संरक्षण के संगठनात्मक स्वरुप को एक प्रवाह चित्र के माध्यम से प्रदर्शित किया जा सकता है–

भारत सरकार

↓

उपभोक्ता मामले, खाद्य और सार्वजनिक वितरण मंत्रालय (क्रियान्वयन एवं



चित्र–3.2 : उपभोक्ता संरक्षण का संगठनात्मक स्वरुप

3.5 उपभोक्ता अधिकार सरंक्षण के कानून

- ✓ भारतीय टेलीग्राफ अधिनियम–1885,
- ✓ पोस्ट आफिस अधिनियम 1898,
- ✓ उपभोक्ता–सिविल न्यायालय से संबंधित भारतीय वस्तु विक्रय अधिनियम 1930,
- ✓ कृषि एवं विपणन निदेशालय भारत सरकार से संबंधित कृषि उत्पाद
- ✓ ड्रग्स नियंत्रण प्रशासन एमआरटीपी आयोग–उपभोक्ता सिविल कोर्ट से संबंधित ड्रग एण्ड कास्मेटिक अधिनियम–1940,
- ✓ मोनापॉलीज एण्ड रेस्ट्रेक्टिव ट्रेड प्रेक्टिसेज अधिनियम–1969,
- ✓ प्राइज चिट एण्ड मनी सर्कुलेशन स्कीम्स (बैनिंग) अधिनियम–1970
- ✓ उपभोक्ता/सिविल न्यायालय से संबंधित भारतीय मानक संस्थान (प्रमाण पत्र) अधिनियम–1952,
- ✓ खाद्य पदार्थ मिलावट रोधी अधिनियम–1954,
- ✓ जीवन बीमा अधिनियम–1956,
- ✓ ट्रेड एण्ड मर्केन्डाइज मार्क्स अधिनियम–1958,
- ✓ हायर परचेज अधिनियम–1972,
- ✓ चिट फण्ड अधिनियम–1982,
- ✓ उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम–1986
- ✓ रेलवे अधिनियम–1982
- ✓ इंफॉमेशन एंड टेक्नोलॉजी अधिनियम–2000,
- ✓ विद्युत तार केबल्स–उपकरण एवं एसेसरीज (गुणवत्ता नियंत्रण) अधिनियम–1993,
- ✓ भारतीय विद्युत अधिनियम–2003,

- ✓ ड्रग निरीक्षक–उपभोक्ता–सिविल अदालत से संबंधित द ड्रग एण्ड मैजिक रेमिडीज अधिनियम–1954,
- ✓ खाद्य एवं आपूर्ति से संबंधित आवश्यक वस्तु अधिनियम–1955,
- ✓ द स्टेंडर्डस ऑफ वेट एण्ड मेजर्स (पैकेज्ड कमोडिटी रूल्स)–1977,
- ✓ द स्टैंडर्ड ऑफ वेट एण्ड मेजर्स (इंफोर्समेंट अधिनियम–1985,
- ✓ द प्रिवेंशन ऑफ ब्लैक मार्केटिंग एण्ड मेंटीनेंस आर्फ सप्लाइज इसेंशियल कमोडिटीज एक्ट–1980,
- ✓ राज्य प्रदूषण नियंत्रण बोर्ड–केंद्र सरकार से संबंधित जल (संरक्षण तथा प्रदूषण नियंत्रण) अधिनियम–1976,
- ✓ वायु (संरक्षण तथा प्रदूषण नियंत्रण) अधिनियम–1981,
- ✓ भारतीय मानक ब्यूरो–सिविल–उपभोक्ता न्यायालय से संबंधित घरेलू विद्युत उपकरण (गुणवत्ता नियंत्रण) आदेश–1981,
- ✓ भारतीय मानक ब्यूरो से संबंधित भारतीय मानक ब्यूरो अधिनियम–1986,
- ✓ उपभोक्ता न्यायालय से संबंधित उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम,
- ✓ पर्यावरण मंत्रायल–राज्य व केंद्रीय प्रदूषण बोर्ड से संबंधित पर्यावरण संरक्षण अधिनियम–1986
- ✓ भारतीय मानक ब्यूरो–सिविल–उपभोक्ता न्यायालय से संबंधित विद्युत उपकरण (गुणवत्ता नियंत्रण) आदेश

3.6 उपभोक्ता विवाद निवारण एजेंसी

उपभोक्ताओं की शिकायतों को प्रभावी ढंग से निबटाने हेतु उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 ने जिला, राज्य एवं राष्ट्रीय स्तर पर उपभोक्ता विवाद निवारण न्यायिक इकाई का गठन भी किया है। इन एजेंसियों का गठन उनके अधिकार के अनुरुप उपयुक्त सरकार करती है। सामान्यतः उपभोक्ताओं की शिकायत निम्न स्तर की इकाई से होकर ही जाती है और उच्चतर इकाई के पास मामले सिर्फ अपील के रास्ते जा सकते है। इन न्यायिक इकाइयों में सुनवाई उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 के नियमों के अनुरुप होती है जो सामान्य न्यायिक सिद्धान्त के समान होता है। ये एजेंसी शिकायतों की सुनवाई जल्द–से–जल्द करती है। ऐसे मामलों की सुनवाई 5 महीने के भीतर करनी होती है। इसप्रकार ये एजेंसी आम उपभोक्ताओं को कम खर्चीला तथा त्वरित न्याय दिलाने का काम करती है।

3.6.1 जिला उपभोक्ता विवाद निवारण फोरम

उपभोक्ता विवाद निवारण एजेंसी के पदानुक्रम में सबसे नीचे की एजेंसी जिला फोरम है। जिला फोरम के न्यायिक क्षेत्राधिकार में किसी भी मामले को भेजने से पहले उस

मामले की योग्यता एवं उपयुक्तता की जांच शिकायत फोरम करती है तभी जिला फोरम में शिकायत दर्ज की जाती है। लिखित शिकायत के साथ–साथ शिकायतकर्ता को फोरम द्वारा शिकायत दर्ज करने से पहले उपयुक्त शुल्क देना भी आवश्यक है। एक बार शिकायत दर्ज होने के बाद फोरम शिकायत की एक कॉपी विपक्षी पार्टी को भेजता है जिसमें उसे 30 दिनों के भीतर शिकायत के प्रति जवाब देने को कहा जाता है। इसकी अवधि को अधिकतम 15 दिन और बढ़ाया जा सकता है। सामान्यतः शिकायत के जवाब में विपक्षी पार्टी शिकायत की अवहेलना नहीं करता। इसप्रकार जिला फोरम अर्धन्यायिक फोरम की तरह निष्पक्ष एवं स्वतंत्र होकर काम करता है। पार्टी के दावों की जांच हेतु फोरम जांच, परख और वैज्ञानिक मदद ले सकता है।

जिला फोरम के निर्णय से असहमति रखने पर विपक्षी पार्टी इस आदेश के खिलाफ राज्य उपभोक्ता विवाद निवारण आयोग के पास तीस दिनों के अंदर अपील कर सकती है। इस अवधि में राज्य आयोग उसी शर्त पर छूट दे सकता है यदि आयोग के पास इसकी देरी के लिए पर्याप्त कारण उपलब्ध हों और वो इससे संतुष्ट हो।

3.6.2 राज्य उपभोक्ता विवाद निवारण आयोग

इस आयोग की न्यायिक क्षेत्र मूलतः तीन प्रकार के हैं– वास्तविक, अपीलीय तथा निरीक्षणीय। वास्तविक न्यायिक क्षेत्र के अंतर्गत आयोग उन शिकायतों की सुनवाई कर सकता है जिसमें वस्तु या सेवाओं का मूल्य एवं मुआवजा की राशि बीस लाख रुपये से लेकर एक करोड़ की राशि तक की ही हो। अपीलीय न्यायिक क्षेत्राधिकार के अंतर्गत राज्य आयोग जिला फोरम के आदेशों के खिलाफ अपील की सुनवाई कर सकता है। निरीक्षणीय न्यायिक क्षेत्राधिकार के अंतर्गत आयोग उन सभी निर्णयों की रिपोर्ट को मंगा सकती है जो उपभोक्ता विवाद के मामले में राज्य के जिला फोरम द्वारा तैयार की गयी हो या उसके पास लंबित पड़ी हो।

उल्लेखनीय शिकायत निपटारे का काम राज्य आयोग भी जिला फोरम की ही तरह करता है। राज्य आयोग के किसी भी निर्णय से असंतुष्ट रहने पर व्यक्ति राष्ट्रीय आयोग के पास राज्य आयोग के आदेश निगत होने के 30 दिनों के अंदर की अवधि के भीतर अपील कर सकता है।

3.6.3 राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद निवारण आयोग

पूरे देश में उपभोक्ता विवादों के मामलों को निपटाने हेतु उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 द्वारा सर्वोच्च इकाई के रुप में राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद निवारण आयोग की अवधारणा विकसित की गई। राज्य आयोग की ही तरह राष्ट्रीय आयोग के अधिकार क्षेत्र 3

प्रकार के हैं– वास्तविक, अपीलीय तथा निरीक्षणीय। वास्तविक अधिकार क्षेत्र के अंतर्गत राष्ट्रीय आयोग उन्हीं मामलों की सुनवाई कर सकता है जिसमें वस्तु या सेवा का मूल्य एवं मुआवजा की राशि एक करोड़ रुपये से अधिक हो। अपीलीय अधिकार के अंतर्गत किसी भी राज्य आयोग के निर्देश के खिलाफ अपील की सुनवाई राष्ट्रीय आयोग कर सकता है। निरीक्षणीय अधिकार के अंतर्गत राष्ट्रीय आयोग किसी भी रिकार्ड की मांग कर सकता है और उपभोक्ता विवाद के मामले में उपयुक्त निर्णय भी दे सकता है जो किसी भी राज्य आयोग में निर्णय आने की प्रतीक्षा में लंबित पड़ा हो।

किसी भी मामले में कोई भी पक्ष अगर राष्ट्रीय आयोग के फैसले से संतुष्ट नहीं हो तो वे इस फैसले के खिलाफ तीस दिनों के भीतर सर्वोच्च न्यायालय में अपील कर सकता है।

3.7 शिकायत की प्रक्रिया

आपका पैसा आपकी मेहनत है। जब आप बाजार में कुछ खरीद रहे होते हैं, तो दरअसल आप अपनी मेहनत के बदले खरीद रहे होते हैं। इसलिए आप चाहते हैं कि बाजार में आपको धोखा न मिले। इसके लिए आप पूरी सावधानी बरतते हैं। अपना मुनाफा बढ़ाने के चक्कर में दुकानदार, कंपनी, डीलर या सर्विस प्रोवाइडर्स आपको धोखा दे सकते अगर ऐसा होता है और कंपनी अपनी गलती मानने को तैयार नहीं है, तो चुप न बैठें। आपकी मदद के कंस्यूमर फोरम मौजूद हैं, यहां शिकायत करें।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 के अंतर्गत उपभोक्ताओं की शिकायतों को निपटाने के लिए व्यापक व्यवस्था की गई है, इसमें 3 मुख्य आधार पर उपभोक्ता को शिकायत करने का पूर्णतः अधिकार है :

1. गलत एवं प्रतिबंधित व्यापारिक गतिविधियां –

गलत व्यापरिक गतिविधियों को अधिनियम में परिभाषित करते हुए कहा गया है–

- व्यापारी की ओर से लिखित या मौलिक प्रस्तुतिकरण द्वारा झूठी वस्तु प्रस्तुत कर गलत व्यापारिक गतिविधियां करते हैं। ऐसे प्रस्तुतिकरण या वक्तव्य कुछ निश्चित वस्तु या सेवा के मानक, गुण, श्रेणी, माडल आदि से संबंधित हो सकते है।
- एक के साथ एक मुफ्त, अतिउच्चतम स्तर प्रतिशत पर छूट, वस्तुओं को घर पहुंचाने की मुफ्त व्यवस्था, पुराने सामान से नए सामान को बदलने की पेशकश आदि।
- आजकल कंपनियों द्वारा एक नया पहलू अपनाया जा रहा है, वह ग्राहकों को अपने निश्चित सामान खरीदने पर एक मिलन पार्टी या देश–विदेश भ्रमण कराने का वादा करते हैं।
- इसके अलावा, उपभोक्ताओं की लाटरी या भाग्य आधारित खेल के द्वारा कुछ पुरस्कार देने का प्रावधान भी गलत व्यापारिक गतिविधियों की श्रेणी में आता है।

2. दोषपूर्ण वस्तु–

उपभोक्ताओं के आशानुरुप बेचे जाने वाली वस्तु में संरचनात्मक दोष या उसके मानक स्तर में कमी जो कानून के या व्यापरियों के वादे के अनुरुप न हो, दोषपूर्ण वस्तु हैं। वस्तु निर्माता की तरफ से या व्यापारी के तरफ से किसी भी प्रकार के दोषपूर्ण सामान की प्राप्ति होने पर उपभोक्ता उपयुक्त फोरम के पास मुआवजा मांगने जा सकता है।

3. सेवा में गिरावट–

सेवा में आए किसी प्रकार के दोष, अक्षमता, गुणों में कमी, प्रकृति में कमी, मानक तथा भूमिका में कमी जिसमें सुधार की गुंजाइश हो, दोषपूर्ण सेवा के अन्तर्गत आता है।

शिकायतें क्या–क्या हो सकती है?

1. वस्तुओं अथवा सेवाओं अथवा सेवाओं की गुणवत्ता, मानक अथवा ग्रेड के बारे में (मौखिक या लिखित रुप से) गलत जानकारी देना।
2. पुरानी चीजों को नई चीज बताकर बेचने के लिए पेश करना।
3. किसी वस्तु और सेवा के प्रायोजक, उसके इस्तेमाल के प्रति सहमति देने वाले, वस्तु की कार्यकुशलता अथवा फायदों के बारे में झूठे दावे करना।
4. किसी वस्तु के विक्रेता या सप्लायर द्वारा उसके प्रायोजक, उसके इस्तेमाल की सिफारिश करने वाले विशेषज्ञ या संबंद्धता के बारे में गलत जानकारी देना।
5. किसी उत्पात का समुचित परीक्षण किए बगैर उसकी कार्यकुशलता के बारे में गारंटी या वारंटी देना।
6. जिस वस्तु को बेचा जा रहा है, उससे मिलती–जिलती वस्तुओं की सामान्य तौर पर बाजार में कीमत के बारे में गलत जानकारियां देना।
7. किसी अन्य उत्पादक की वस्तुओं, सेवाओं अथवा व्यापारिक तरीके के बारे में झूठी नकारात्मक बातों का प्रचार।
8. किसी वस्तु की बिक्री बढ़ाने के लिए कोई प्रतियोगिता या लाटरी आयोजित करना।
9. किसी खरीद पर उपहार, पुरस्कार तथा अन्य वस्तुओं की पेशकश इस तरह करना जैसे ये चीजें मुफ्त में दी जा रही हों, जबकि सौदे में कुल मिलाकर इन चीजों की पूरी या आंशिक कीमत वसूल कर ली गयी हो।
10. चीजों या सेवाओं की कीमतें बढ़ाने के लिए उनकी जमाखोरी करना/चीजों को नष्ट कर देना। वस्तुओं या सेवाओं को बेचने से मना कर देना।
11. चीजों में खराबी या गड़बड़ी होना।
12. जो सेवाएं ली गयी हो या जिनके लेने पर सहमति हुई हो, उनमें खराबी होना।
13. कोई व्यापारी अपने सामान की कानून द्वारा निर्धारित कीमत, सामान पर लिखी कीमत, अथवा सामान की पैकिंग पर लिखी कीमत से ज्यादा वसूल करे।
14. जीवन तथा सुरक्षा को जोखिम में डालने वाली वस्तुओं को व्यापारी गैरकानूनी तरीके से बेचें।

कौन शिकायत कर सकता है?

1. पीड़ित कंज्यूमर

2. कोई फर्म, भले ही यह रजिस्टर्ड न हो
3. कोई भी व्यक्ति, भले खुद पीड़ित न हुआ हो
4. संयुक्त हिंदू परिवार
5. को–ऑपरेटिव सोसाइटी या लोगों को कोई भी समूह
7. राज्य या केन्द्र सरकारें
8. कंस्यूमर की मौत हो जाने की स्थिति में उसके कानूनी वारिस या प्रतिनिधि
9. एक या अधिक उपभोक्ता, जहां अनेक उपभोक्ताओं की एक समान शिकायत है
9. कंपनी अधिनियम, 1956 या उस समय लागू किसी अन्य कानून के तहत पंजीकृत किसी स्वयंसेवी उपभोक्ता संगठन द्वारा
10. अधिनियम के तहत पॉवर ऑफ एटॉनी (मुख्तारनामा) धारक शिकायत दायर नहीं कर सकता है।

शिकायत कैसे दायर करें?

सादे कागज पर एक शिकायत लिखी जा सकती है। इसमें निम्नलिखित होना चाहिए :

- शिकायतकर्ताओं तथा विरोधी पार्टी के नाम, विवरण और पते
- शिकायत से संबंधित तथ्य और यह कब और कहां उठी।
- शिकायत के आरोपों के समर्थन में दस्तावेज
- शिकायतकर्ता द्वारा मांगी जा रही राहत
- शिकायतकर्ता को या उसके अधिकृत एजेंट को शिकायत पर हस्ताक्षर करने चाहिए
- शिकायत दायर करने के लिए किसी वकील की आवश्यकता नहीं है
- सांकेतिक न्यायालय शुल्क

शिकायत कहां दायर करें?

मामले की रकम के हिसाब से शिकायत की करने की जगह के मापदंड किये जाते हैं।

जिला उपभोक्ता फोरम में – अगर शिकायत का मामला 20 लाख की रकम तक का है तो जिला उपभोक्ता फोरम के पास शिकायत करनी चाहिए।

राज्य उपभोक्ता फोरम में – अगर शिकायत का मामला 20 से 1 करोड़ की रकम तक का है तो राज्य उपभोक्ता फोरम के पास शिकायत करनी चाहिए।

राष्ट्रीय उपभोक्ता फोरम में – अगर शिकायत का मामला 1 करोड़ की रकम से ऊपर का है तो राष्ट्रीय उपभोक्ता फोरम के पास शिकायत करनी चाहिए।

हर उपभोक्ता फोरम में एक फाइलिंग काउंटर होता है। जहाँ सुबह 10:30 से दोपहर 1:30 तक शिकायत दाखिल की जा सकती है।

फीस

1. 1 लाख रुपये तक मामले के लिए – 100 रुपये
2. 1 लाख से 5 लाख रुपये तक के मामले के लिए – 200 रुपये
3. 10 लाख रुपये तक के मामले के लिए – 400 रुपये
4. 20 लाख रुपये तक के मामले के लिए –500 रुपये

5. 50 लाख रुपये तक के मामले के लिए –2000 रुपये
6. 1 करोड़ रुपये तक के मामले के लिए – 4000 रुपये

शिकायत दर्ज करते समय ध्यान देने योग्य बातें

शिकायत को पूरे विस्तार से लिखना चाहिए और पूरे तथ्यों के साथ जमा करना चाहिए अर्थात् अपनी शिकायत का पूरा ब्यौरा लिख कर देना होता है जैसे – उसके साथ क्या गलत हुआ, किता नुकसान हुआ आदि और साथ में दर्ज की जाने वाली शिकायत की सच्चाई साबित हो सके उसके लिए सारे सबूत भी देने होगें जैसे–

- जिसके खिलाफ शिकायत है उस कंपनी/व्यक्ति का पूरा नाम, पता और फोन नं0 की जानकारी देनी होगी।
- जो सामान/सर्विस खरीदी गयी हो, उसका पक्का बिल।
- सामान/सर्विस के साथ मिली हुई वारंटी या गारंटी के कागज।
- विक्रेता के धोखा देने के कारण उपभोक्ता को हुए नुकसान का मूल्य।
- विक्रेता के तय की गयी बात के मुकरने से उपभोक्ता को हुए मानसिक, शारीरिक, आर्थिक नुकसान की विस्तृत जानकारी (सबूतों के साथ)।
- सारी जानकारी और सबूत ड्राफ्ट हो जाने के बाद जमा करने पर उपभोक्ता को यह कबूलना होता है कि उसकी दर्ज की जाने वाली शिकायत शत प्रतिशत सच्ची है, साथ में जमा किए गए सारे सबूत भी सच्चे है।

(नोट– उपभोक्ता को सारे सबूतों के साथ एक एफिडेविट भी देना पड़ना है जो कि उपभोक्ता की सच्चाई का प्रमाण माना जाता है।)

उपभोक्ता मांग सकता है परेशानी के लिए मुआवजा (क्षतिपूर्ति व दण्ड)

उपभोक्ता अपने साथ हुई परेशानी के लिए विक्रेता पर मुआवजे का दावा भी कर सकता है और साबित हो जाने पर विक्रेता को फोरम या कोर्ट के द्वारा लगाए जाने वाले जुर्माने का भुगतान करना पड़ता है, और अगर मामला गंभीर हो तो विक्रेता को जुर्माना और जेल तक हो सकती है।

- अगर फोरम/आयोग की राय में शिकायत झूठी और दुर्भावनापूर्ण है तो वह शिकायत रद्द कर सकता है और शिकायतकर्ता को निर्देश दे सकता है कि विरोधी पक्ष को मुआवजा दें।
- ये मुआवजा 10 हजार रुपए तक हो सकता है।
- फोरम या आयोग का आदेश नहीं मानने पर 1 महीने से 3 साल तक का कारावास अथवा 10 हजार रुपए तक का जुर्माना अथवा दोनों सजाएं हो सकती है।

ऑनलाइन शिकायत करना

उपभोक्ता किसी विक्रेता के खिलाफ Online शिकायत भी दर्ज करवा सकते है। इसके लिए उनकों राष्ट्रीय उपभोक्ता फोरम की वेबसाइट www.consumerhelpline.gov.in

पर Log On करना होगा और वेबसाइट के मेन पेज पर ऊपर Complaint registration tab पर क्लिक करना होगा। उसके आगे नई स्क्रीन पर 2 Option दिखाई देगें–

1. register your complaint
2. view your complaint details

अगर आवेदक नई शिकायत दर्ज करना चाहता है तो वो option 1 पर क्लिक करेगा और यदि उसने शिकायत दर्ज करवा रखी है तो अपनी शिकायत की स्थिति जानने के लिए वह option 2 पर क्लिक करेगा।

उपभोक्ता हेल्पलाइन नं0

राष्ट्रीय उपभोक्ता फोरम द्वारा उपभोक्ताओं की सुविधा के लिए टोल फ्री नं0 व SMS No. जारी किया गया है जो निम्न प्रकार है–

TOLL FREE NO. 1800-11-4000 OR 14404

SMS No. 8130009809 (24 Hrs.)

समय – राष्ट्रीय अवकाशों को छोड़कर बाकी सभी दिन प्रातः 9:30 से शाम 5:30 तक।

राज्य सरकारों ने भी उपभोक्ताओं की सुविधा के लिए Helpline No. जारी किए जिसकी तालिका निम्न प्रकार है–

तालिका–3.1 : उत्तर प्रदेश हेल्पलाइन नं0

उत्तर प्रदेश	1800–1800–300	19/02/2014 से प्रभावी	सरकार द्वारा संचालित

नोट– बाकी राज्यों के हेल्पलाइन नं0 के लिए परिशिष्ट 'क'देखें।

अध्याय चतुर्थ : उपभोक्ता हितकारी शासकीय नियम व सिद्धान्त

सरकार समय–समय पर उपभोक्ताओं के लिए नई नीतियां, नियम व सिद्धान्त को बनाती रहती है जो उपभोक्ताओं के लिए मील का पत्थर भी साबित होती है। सरकार उपभोक्ताओं की सहायता के लिए माप–तौल के नियम भी बनायें रखें है जिसमें कुछ खामी पाए जाने पर उपभोक्ता अपने अधिकार के लिए आगे आ सकते हैं। ठीक इसी प्रकार सरकार पैकेजिंग और लेबलिंग नियम, निषेध और ब्रिकी पर प्रतिबन्ध के नियम, विभिन्न मार्क व प्रतीकों को उपभोक्ताओं की जानकारी में लाने के लिए विभिन्न माध्यमों का प्रयोग करती है।

4.1 माप – तौल के नियम

उपभोक्ताओं में जागरुकता फैलाने के लिए सरकार ने कुछ माप – तौल के नियम भी बनायें है। जिनका ज्ञान उपभोक्ताओं को भी होना चाहिए।

➢ ***बाट***

- लोहे के पुराने, पत्थर के या अन्य अमानक बाटों से वस्तुएं न खरीदे।
- हर बांट पर निरीक्षक की मुहर होनी चाहिए।
- पत्थर, धातुओं आदि के टुकड़ों का बांट के तौर पर इस्तेमाल नहीं होना चाहिए।

➢ ***माप***

- तरल पदार्थ खरीदते समय देखें कि माप उपकरण नीचे से या अगल–बगल से पिचका हुआ तो नहीं है या मापक की डण्डी टूटी तो नहीं है।
- यह देखें कि विक्रेता मापक उपकरण में अँगूठा डालकर तो तरल पदार्थ नहीं माप रहा है।
- यह देखें कि मापक उपकरण पूरी तरह से भरा गया है एवं उड़ेलते समय पूरा खाली किया गया है या नहीं।
- यह देखें कि शंकु आकार का मापक उपकरण पिचका हुआ तो नहीं है या उसके अन्दर कोई रबर, टीन या अन्य पदार्थ की पैकिंग लगाकर उसका आयतन छोटा तो नहीं किया गया है।

➢ ***लम्बाई मापक (मीटर)***

- कपड़ा, तार या अन्य वस्तुएं खरीदते खरीदते समय यह देखें कि मीटर के दोनों सिरों पर तीर के निशान हों।
- यह देखें कि मीटर हाथ से दबाकर आड़ा तिरछा या कम तो नहीं किया गया है।
- यह देखें कि कपड़ा या अन्य वस्तु खींचकर तो नहीं नापी जा रही है।

➢ ***तराजू***

- फेरी वालों के अलावा किसी अन्य को तराजू हाथ में पकड़ कर तोलने की अनुमति नहीं है।

- लकड़ी, गोल डण्डी वाले तराजू, भारी पलड़े वाले अथवा मोटे हुक वाले तराजू का इस्तेमाल दंडनीय है।
- यह सुनिश्चित करें कि तराजू के नीचे चुम्बक या अन्य कोई वस्तु तो नहीं रखी हैं।
- यह देखें कि आटा या अन्य वस्तु तौलते समय पलडे को पैर का सहारा तो नहीं दिया जा रहा है या पैर से दबाया तो नहीं जा रहा है और पलडे दीवार या अन्य वस्तु से तो नहीं टेक रहा हैं।

➢ ***पेट्रोल/डीजल पम्प***

- पेट्रोल या डीजल खरीदते समय यह अवश्य देखें कि प्रारंभ में मीटर शून्य दर्शा रहा है कि नहीं।
- मीटर में दर्शाये गए माप अनुसार ही भुगतान करें। शंका होने पर उपभोक्ता की सुविधा के लिए पम्प संस्थान को प्रमाणित माप प्रदायगी की जाँच करवानी पड़ेगी।

➢ **इलेक्ट्रॉनिक मशीन**

- तौल मशीन समतल पर रखी होनी चाहिए एवं इस पर वर्ष तिमाही व निरीक्षक के क्रमांक वाली मुद्रा तार व लेड द्वारा सील अंकित हो।
- तौल करने से पहले सूचक (डिस्प्ले) शून्य पर हो एवं अस्थिर न हो।
- तौर मशीन के सही होने की पुष्टि सत्यापित बाट को तौलकर की जाती है।
- स्वर्ण आभूषण ढक्कनदार तथा प्रथम अथवा द्वितीय शुद्धता श्रेणी वाली इलेक्ट्रानिक तौल मशीन से ही खरीदें।

4.2 पैकेजिंग और लेबलिंग नियम

खाद्य सुरक्षा और मानक अधिनियम, 2006 (2006 का 34) की धारा 23 के साथ पठित धारा 92 की उप–धारा (2) के खण्ड (v) द्वारा शक्तियों का प्रयोग करते हुए भारतीय खाद्य सुरक्षा और मानक प्राधिकरण, खाद्य सुरक्षा और मानक विनियम ने पैकेजिंग और लेबलिंग के लिए निम्नलिखित प्रावधान व नियम निर्धारित किए है–

पैकिंग के नियम–

➢ निम्नलिखित पदार्थ या धातु से बने हुए पात्र, खाद्य पदार्थ को पैक करने और भंडारण में शामिल करने के लिए अनुपयुक्त माने गये है–

- वे जिनमें जंग लगी हो।
- तांबे या पीतल के या वे पात्र जिनमें उचित रुप से कलई न की गई हो वे अनुपयुक्त माने जायेगें परन्तु ऐसे पात्र जिनमें उचित कलई नहीं है वे केवल चीनी कन्फेक्शनरी या वाष्शील तेलों को तैयार करने के लिए उपयोग किए जा सकते है।
- एल्युमिनियम से बने ऐसे पात्र जिसमें रासायनिक संयोजन सम्भव हो अनुपयुक्त माने जाते है।

➢ प्लास्टिक से बने ऐसे पात्र जो भारतीय मानक विनिर्देशों के अनुरुप नहीं है, वे किसी खाद्य सामग्री के आशिंक व पूर्ण भण्डारण के लिए अनुपयुक्त माने जायेगें, अर्थात्

- ✓ लोकल पॉलिथिन
- ✓ स्टीरिन पोलिमर इत्यादि से बने पात्र।
- टिन और प्लास्टिक से बने ऐसे पात्र जो एक बार प्रयोग किए जाने के पश्चात् खाद्य तेलों और वसाओं को पुनः प्रयोग नहीं किया जाऐगा।

➢ डिब्बा बन्द पदार्थो के लिए पैकिंग के साधारण नियम–

- सभी पात्र मजबूती से पैक और मुँहबन्द किए जाए।
- डिब्बों का बाह्य भाग बड़ी खरोजों जंग, छिद्रण और दरार विरुपण से मुक्त होना चाहिए।
- डिब्बे रिसाव रहित होने चाहिए।

➢ दूध और दुग्ध उत्पादों को पैक करने सम्बन्धी नियम–

- ताप उपचारित दूध और दुग्ध उत्पाद के पात्रों की बोतलबंदी व भराई यांत्रिक रुप से की जानी चाहिए और पात्रों को यंत्रवत मुहर से ही बंद किया जाना चाहिए।
- पेय दूध या द्रव दुग्ध उत्पादों की भराई मुहरबंद यंत्र से की जानी चाहिए और इसप्रकार मुहर लगी होनी चाहिए कि जब एक बार पात्र खुल जाये तो खुलने का साक्ष्य बना रहे, जिससे जाँच–पड़ताल करना आसान हो।
- पैक करने के पश्चात् डेयरी उत्पादों को भण्डारन के लिए कमरों में रखना चाहिए।

➢ खाद्य तेल/वसा पैक करने से सम्बन्धी नियम–

- खाद्य तेलों और वसाओं को पैक करने के लिए टिन के पात्रों का प्रयोग करना चाहिए जो प्रथम गुणवत्ता के मानकों के अनुरुप हो।

➢ फलों और शाक उत्पादों के लिए पैक सम्बन्धी नियम–

- प्रत्येक पात्र जिसमें कोई फल उत्पाद पैक किया जाता है तो इसप्रकार उसका मुँहबन्द होना चाहिए कि जब पात्र खोला जाए तो मुहर न मिटे तथा बोतल के ऊपरी सिरे या गरदन पर विनिर्माता का विशेष पहचान चिन्ह प्रदर्शित होना चाहिए।
- डिब्बाबन्द फलों, रसों और शागों के केवल टिन की चादर से बने हुए सेनेटरी डिब्बे प्रयोग किए जाएगें।
- रसों, स्कवैशों, क्रश, शक्तिवर्धक शर्बतों, पानी और अन्य पेय को मजबूती से मुँहबंद साफ बोतलों में पैक किया जाना चाहिए। इन्हें जमाकर और प्रशीतित रुप में रखा जाए और बेचने के समय इन्हें उचित कार्टूनों में पैक किया जाना चाहिए।
- आचार को साफ बोतलों/लकड़ी से बने पीपों/टीन के उन पात्रों में पैक किया जाना चाहिए जिसके अन्दर 250 गेज का पॉलिथीन का अस्तर लगा हो या व रोगनयुक्त हो।
- टमाटर की चटनी और सॉस के लिए साफ बोतलें प्रयोग की जानी चाहिए। एसेटिक अम्ल के रुप में अम्लता 0.5% से अधिक नहीं होनी चाहिए और ढ़क्कन सेनेटरी टिन से बना होना चाहिए।

➢ पेय जल (पैकेज बंद और खनिज जल दोनों) को पैक करने संबंधी नियम–

- पेय जल पॉलिविनायल क्लोराइड या पॉली एल्काईलिक टैरोक्यालेट या पॉली कार्बोनेट से बनाई गयी स्वच्छ, जीवाणु रहित, रंगहीन, पारदर्शी और गड़बड़ न जा सकने वाली बोतलों

या पात्रों या काँच की ऐसी बोतलों में जल के संभावित अपमिश्रण या संदूषण का निवारण करने के लिए उपयुक्त हो, में ही पैक किया जाना चाहिए।

लेबल के नियम

➢ प्रमुख नियम इस प्रकार है–

- सभी पैकिंग किए गए खाद्य पर एक लेबल अवश्य लगा होना चाहिए।
- उस लेबल पर यथा आपेक्षित जानकारी अंतर्दिष्ट होनी चाहिए।
- ऐसी घोषणाएं, जानकारी लेबल पर अंग्रेजी या हिन्दी देवनागरी लिपि में होनी चाहिए।
- पैक किए गए खाद्य के किसी लेबल पर अन्य रीति का वर्णन नहीं होना चाहिए जो मिथ्या, भ्रमक या कपटपूर्ण हो क्योंकि इससे खाद्य की प्रकृति के बारें में किसी प्रकार का गलत संदेश फैले।
- लेबल पर अंतर्दिष्ट सभी जानकारियाँ स्पष्ट, अमिट तथा खरीद और प्रयोग की सामान्य दशाओं में ग्राहक द्वारा आसानी से पठनीय होनी चाहिए।
- पैक किए गए खाद्यों पर लगे लेबल पर निम्नलिखित जानकारी अवश्य दी जानी चाहिए–

✓ खाद्य का नाम

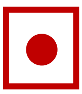
✓ संघटकों की सूची

✓ उत्पाद के विनिर्माण के समय प्रयुक्त संघटकों के नाम यथास्थिति, उसकी संरचना में भार या प्रबलता के अनुसार अवरोही क्रम में सूचीबद्ध किए जाने चाहिए।

- जहाँ कोई संयोजित संघटक खाद्य के 5% से कम है तो उस संयोजित अवयव को सूची में घोषित करने कि आवश्यकता नहीं है।
- ऐसे खाद्यों में पोषण की जानकारी देना आवश्यक नहीं है जो– अपरिष्कृत कृषि से सम्बन्धित हो जैसे– गेंहू, चावल, अनाज, मसाले, मसालों का मिश्रण, जड़ी–बूटियाँ, गर्म मसाले, टेबल नमक, चीनी, गुड या अपौष्टिक उत्पाद जैसे– विलेय–चाय, कॉफी, पैकेज बन्द पेय जल, पैकेज बन्द खनिज जल, एल्कोहाली पेय या फल, सब्जियां आचार, पापड. या तुरंत उपभोग के लिए परोसे जाने वाले खाद्य या थोक में भेजे गए ऐसे खाद्य, जो उसी रुप में उपभोक्ताओं को विक्रय के लिए नहीं है।

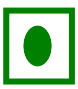
➢ शाकाहारी/मांसाहारी संबंधी नियम–

- यह उपदर्शित करने के लिए कि यह उत्पाद मांसाहारी खाद्य है, प्रत्येक 'मांसाहारी' खाद्य के पैकेज पर एक प्रतीक और रंग कोड का एक लेबल अवश्य लगा होना चाहिए।

यह प्रतीक–  भूरे रंग का होता है।

चित्र–4.1 : नॉन वेज मार्क

- जिस खाद्य पदार्थ में अण्ड़ा है उस पर भी यह प्रतीक लगा होना चाहिए।
- इसीप्रकार यह उपदर्शित करने के लिए यह उत्पाद शाकाहारी खाद्य है, प्रत्येक शाकाहारी खाद्य पर भी एक प्रतीक और रंग का लेबल लगा होना चाहिए।

यह प्रतीक–  हरा रंग का होता है।

चित्र–4.2 : वेज मार्क

तालिका–4.1 लोगो का आकार निर्धारण सारणी

मूल प्रदर्शन पैनल का क्षेत्र	व्यास का न्यूनतम आकार मि0मी0 में
100 से0मी0 वर्ग तक	3
100 से0मी0 वर्ग से ऊपर 500 से0मी0 वर्ग तक	4
500 से0मी0 वर्ग से ऊपर 2500 से0मी0 वर्ग तक	6
2500 से0मी0 वर्ग के ऊपर	8

- ✓ यह प्रतीक, मूल प्रदर्शन पर विषम पृष्ठभूमि वाले पैकेज पर होना चाहिए।
- ✓ यह प्रतीक, उत्पाद के नाम अथवा ब्रांड के बिल्कुल नजदीक होना चाहिए।
- ✓ यह खनिज जल या पैकेजबंद पेयजल या कार्बनिकृत जल या मादक पेय या तरल और चूर्णित दूध के बारे में लागू नहीं होगें।

4.3 निषेध और बिक्री पर प्रतिबन्ध के नियम

स्वास्थ्य और परिवार कल्याण मंत्रालय द्वारा खाद्य सुरक्षा और मानक (विक्रय पर प्रतिषेध एवं प्रतिबन्ध) विनियम, 2011 में निषेध व विक्रय पर प्रतिबन्ध के लिए नियम व प्रस्ताव दिए गये है जो इस प्रकार है–

- ➢ कोई भी व्यक्ति या तो स्वयं या किसी सेवक या अभिकर्ता के द्वारा निम्नलिखित का विक्रय नहीं करेगा–
- क्रीम जो दूध से आत्यंतिक रुप से निर्मित नहीं है या जिसमें दुग्ध वसा 25% से कम है।
- दूध जिसमें जल मिलाया गया जल अंतर्विष्ट है।
- घी, जिसमें ऐसा कोई पदार्थ मिलाया गया है जो आत्यंतिक रुप से दुग्ध वसा से उद्भूत नहीं है।
- दूध की जगह (वसा निष्कासित) मखनिया दूध
- खाद्य तेल के रुप में 2 या 2 से अधिक खाद्य तेल का मिश्रण
- वनस्पति जिसमें घी या कोई अन्य पदार्थ मिलाया गया है
- हल्दी जिसमें कोई विजातीय पदार्थ सम्मिलित है
- दही जो उबाले हुए पास्तीकृत या विसंक्रमित दुग्ध से तैयार नहीं किया गया है
- ऐसा कोई पदार्थ जो दूध में मूलतः नहीं पाया जाता है।
- ➢ प्रतिषेध ऐसे 2 वनस्पति तेलों का अधिमिश्रण के खाद्य वनस्पति तेल के रुप में प्रयोग नहीं किया जाएगा–
- अधिमिश्रण में प्रयोग किए गए किसी खाद्य वनस्पति तेल का भार के अनुसार 20% से कम न हो

- कोई व्यक्ति किसी ऐसे खाद्य के जो मधु के सदृश है किंतु मधु नहीं है लेबल या किसी पैकेज पर या उसके किसी विज्ञापन पर 'मधु' शब्द का या किसी ऐसे शब्द, चिन्ह, दृष्टांत या युक्ति का प्रयोग नहीं करेगा जो मधु को इंगित करता है।
- किसी खाद्य उत्पाद के संघटकों के रुप में तंबाकू और निकोटीन का उपयोग नहीं किया जाएगा।
- फल व सब्जियों के लिए

- कोई भी व्यक्ति ऐसे फलों का जो कार्बाइड के रुप में सामान्य रुप से ज्ञात एसिटिलीन गैस का प्रयोग करके कृत्रिम रुप से पकाए गए है, विक्रय नहीं करेगा।
- ताजे फल और सब्जियां सड़ी–गली नहीं होनी चाहिए, उन पर मोम, खनिज तेल और पीले या शैल मोम से पैकेजिंग और लेबलिंग के नियमानुसार आलेपित किया जा सकता है।

- घी या मक्खन के समिश्रण का विक्रय के लिए नियम व प्रावधान–

कोई व्यक्ति घी या मक्खन के मिश्रण का और ऐसे किसी पदार्थ का प्रयोग नहीं करेगा जो–

- घी या मक्खन की नकल के रुप में या उसके स्थान पर तैयार किया गया हो
- जिसमें कोई तेल या वसा सम्मिलित या अंतर्विष्ट है जो घी की परिभाषा के अनुरुप न हो।
- वह घी जिसमें उससे कम Reichert Value है और जो 40^0 c पर butyro Refractomter में भिन्न reading दे रहा है, उसका विक्रय प्रतिबन्धित है।
- ऐसा घी जिसकी Reichert Value मानकानुसार आ रही है और Butyro Refractomter में भी reading मानकानुसार हो तो इस घी को ही नमूना विश्लेषण के लिए दिया जाएगा।
- यदि नमूना फेल होता है तो वह घी नहीं समझा जाएगा वह एक अपमिश्रण है और यह प्रतिबन्धित है।

- सामान्य नमक के विक्रय पर निर्बधन–

- कोई व्यक्ति तब तक सामान्य नमक का विक्रय नहीं करेगा जब तक कि उसे सीधे मानव उपभोग के लिए आयोडीन युक्त नहीं बना दिया जाता।
- सामान्य नमक का, खाद्य सुरक्षा और मानक विनियम के अंतर्गत उचित लेबल घोषणा के अधीन आयोडीन निकरण, लौह प्रबलीकरण, पशु उपयोग, परिरक्षण, औषधि विनिर्माण और औद्योगिक उपयोग के लिए विक्रय किया जा सकेगा या विक्रय के लिए भंडारित किया जा सकेगा।
- लौह प्रबलित सामान्य नमक का विक्रय केवल उच्च घनत्व वाले पॉलिथिलीन लिफाफे (HDPE) के पैकेज में ही किया जाए।

- 1k.g. वनज से अधिक की मिश्रित हींग (एसफोटिका) का विक्रय लेबल लगे मुहरबंद पात्रों में ही किया जाएगा।
- भारतीय मानक संस्था द्वारा प्रमाणित चिन्ह के आधीन ही पैकेजबन्द पेय जल का विक्रय किया जा सकता है।

➢ इसीप्रकार भारतीय मानक संस्था द्वारा प्रमाणित चिन्ह के आधीन ही पैकेजबन्द खनिज जल का विक्रय किया जा सकता है।

➢ किसी भी वनस्पति तेल में अपहानिकारक रंजक, सुवासक या स्वास्थ्य के हानिकारक कोई ऐसा पदार्थ नहीं होना चाहिए।

➢ केवल निम्नलिखित को ही किसी वनस्पति तेल या तेल या खनिज उत्पति का उत्पादों के विनिर्माण में उपयोग किया जाएगा–

- वनस्पति तेलों की सूची और वनस्पति जिससे यह तैयार किया जाएगा–

a- नारियल का तेल
b- बिनौले का तेल
c- धूपा का तेल
d- मूँगफली का तेल
e- कोकरम का तेल
f- तिली का तेल
g- महुआ का तेल
h- मक्का का तेल
i- आम की गुठली का तेल
j- सरसों/तोरिया का तेल
k- सर्जिया का तेल
l- ताड़ का तेल
m- फलवाड़ा का तेल
n- चावल चोकर का तेल
o- सूरजमुखी (कार्ड/बीज) का तेल
p- साल के बीज का तेल
q- शीशम का तेल
r- सोयाबीन का तेल
s- सूरजमुखी का तेल
t- तरबूज के बीजों का तेल

- हाइड्रोजनीकृत वनस्पति तेल में कोई रंग तब तक नहीं मिलाया जाएगा जब तक कि खाद्य प्राधिकरण द्वारा ऐसा किया जाना प्राधिकृत न किया जाए।
- किसी विलायक का उपयोग कोका बटर, तेल, वसा और खाद्य सोया आटा के निष्कर्षण में सीमा से अधिक नहीं किया जाएगा–

तालिका–4.2 : विलायक सीमा

खाद्य श्रेणी	विलायक	सहायक सीमा (mg/kg) में
	परिष्कृत विलायक निष्कर्षित कोका	5.00

	बटर	
	परिष्कृत विलायक निष्कर्षित तेल और वसा	5.00
	विलायक निष्कर्षिक खाद्य सोया आटा	10.00

4.4 भारत में मानकीकरण चिह्न

खाद्य पदार्थो तथा उपभोक्ता के प्रयोग की कई अन्य वस्तुओं का गुणवत्ता स्तर निर्धारित करने तथा बनाए रखने के लिए सरकार द्वारा कई कदम उठाए गए हैं। सरकार द्वारा कुछ मानक निर्धारित किए गए है, जो वस्तु उन मानकों की पूर्ति करती है तथा कुछ निर्धारित प्रक्रियाओं द्वारा जाँच के बाद सही पाई जाती है, उसे मानकीकरण चिह्न दिया जाता है। मानकीकरण चिह्न किसी वस्तु की गुणवत्ता दर्शाता है और विश्वास दिलाता है कि वस्तु की जाँच की गई है तथा वह अच्छी किस्म की पाई गयी है।

इन मानको को निर्धारित करने तथा मानकीय करण चिन्ह देने का कार्य दो संस्थाओं द्वारा किया जाता है। ये संस्थाएं हैः–

(क) भारतीय मानक ब्यूरो (Bereau Of Indian Standard-B.I.S.)

(ख) विपणन निरीक्षण निदेशालय (Directorate Of Marketing And Inspection)

मानकीकरण के उद्देश्य को ध्यान में रखते हुए स्तरों को 2 भागों में बाँटते हैं–

1. न्यूनतम गुणों को बनाये रखने वाले स्तर

क. F.P.O. फल सब्जियों से बने पदार्थों का स्तर।

ख. P.F.A. (खाद्य अपमिश्रण निवारण अधिनियम)

2. खाद्य पदार्थों में मिलावट रोकथाम सम्बन्धी अधिनियम उच्चतम गुणों को बनाए रखने वाले स्तर

य. I.S.I. कारखानों में खाद्य पदार्थों एवं उपकरणों के लिए।

र. एगमार्क कृषि सम्बन्धित खाद्य पदार्थों का स्तर।

4.4.1 विभिन्न मार्क

***F.P.O.* (Fruit of Product Order)–**



चित्र 4.3 : FPO मार्क

भारत में फल व सब्जियों से आचार चटनी बनाना एक पुरानी परंपरा है। फल व सब्जी के परीक्षण ने 1930 के लगभग उद्योग का रुप लिया। इन उद्योगों पर नियंत्रण रखने के लिए 1955 में फल उत्पाद आदेश F.P.O. जारी किया गया। फल सब्जियों से बने पदार्थों का स्तर निर्धारित करने वाली यह संस्था विभिन्न परिस्थितियों के अनुसार अधिकांश

खाद्य पदार्थ तैयार करने वालों, बेचने वालों तथा वितरण करने वालों द्वारा गुणवत्ता को नियमित रखने के लिए बनायी गयी है। इस संस्था का चिह्नF.P.O. मार्क कहलाता है।

F.P.O. मार्क, निम्न खाद्य पदार्थों के लिए दिया जाता है–

- संरक्षित फल (डिब्बे तथा बोतल)
- संरक्षित सब्जियों (डिब्बे तथा बोतल)
- फलों का रस तथा फलों का गूदा (डिब्बे, बोतल तथा अन्य पैकिंगों में)
- फलों का पेय
- स्क्वैश, कोरडीयल आदि
- जैम, जैली, मारमलेड आदि
- सूखे फल व सब्जियाँ
- केन्डीड व ग्लेज्ड फल
- जमे हुए फल, सब्जियाँ, फलों के रस व फलों का गूदा
- शर्बत व कार्बनयुक्त पेय जैसे– कोला पेय आदि
- कृत्रिम सिरका

F.P.O. प्रमाणन चिह्न औद्योगिक स्तर पर फल–सब्जी के संरक्षण तथा न्यूनतम स्तर को बनाए रखने का ध्यान रखता है। अपने किसी खाद्य पदार्थ लेबल पर F.P.O. प्रमाणन चिह्न लिखने का लाइसेंस खाद्य एवं वितरण मंत्रालय के विभिन्न कार्यालयों द्वारा दिया जाता है। इस कानून के अंतर्गत जिस फैक्ट्री में फलों व सब्जियों के उत्पाद बनाए जाते हैं, वहाँ स्वास्थ्कर वातावरण व सफाई का होना आवश्यक है।

I.SI मार्क (Indian Standard Insitiute)–



चित्र 4.4 : ISI मार्क

भारतीय मानक ब्यूरो (B.I.S.) जो पहले भारतीय मानक संस्थान के नाम से जाना जाता था, निर्माताओं को चिह्न का प्रयोग करने के लिए लाइसेंस प्राप्त करना होता है।

BIS प्रमाणन योजना निर्माण के दौरान गुणवत्ता बनाये रखने के लिए कार्य करती है। इस योजना के अन्तर्गत कच्चा माल खरीदने से लेकर वस्तु के पूर्ण निर्माण तक उसकी गुणवत्ता को बनाये रखा जाता है। इसका मूल कारण बने हुए उत्पाद को BIS द्वारा निर्मित नियमों के अन्तर्गत ही पूर्ण रुप से बनाया जाना है।

इस योजना के अन्तर्गत लाइसेंस केवल उन्हीं निर्माताओं को दिये जाते है जो योग्य है और जो उत्पाद की गुणवत्ता को भारतीय मानकों के अनुसार लगातार बनाये रखने

में सफल रहते हों। इस प्रमाण चिह्न की बढ़ती हुई मान्यता और लोकप्रियता के कारण इसके अनुचित उपयोग के उदाहरण सामने आये है। मानक चिह्नों का अनुचित प्रयोग अवैध व्यापार प्रथाओं को बढ़ावा देने के लिए किया जाता है। उपभोक्ता को बहुत सचेत रहना चाहिए और मानक चिह्नों की भिन्नता की पहचान होनी चाहिए। मानक चिह्नों के दुरुपयोग की सूचना सम्बन्धित अधिरियों को दी जानी चाहिए।

प्रमाणन चिह्न प्राप्त खाद्य पदार्थो की सूची–

- ✓ शिशु दुग्ध आहार
- ✓ कन्डैन्स्ड दूध
- ✓ पाउडर दूध
- ✓ कॉफी पाउडर
- ✓ पीने वाली चॉकलेट
- ✓ अण्डे का पाउडर
- ✓ आइसक्रीम
- ✓ सैक्रीन
- ✓ बिस्कुट
- ✓ बेक करने वाली खमीर
- ✓ अरारोट
- ✓ वेफर
- ✓ मैक्रोनी तथा स्पैगटी
- ✓ कस्टर्ड पाउडर
- ✓ रम, बीयर, विस्की, ब्राण्डी, जिन
- ✓ बेसन
- ✓ साधारण नमक

घरेलू उपयोग में लाये जाने वाले विद्युत उपकरणों की सूची–

- विद्युत इस्त्री
- विद्युत पंखे, रेग्यूलेटर
- विद्युत केतली एवं जंग
- विद्युत चूल्हा
- गैस कुकर
- प्रेशर कुकर
- विद्युत मिक्सी
- स्विच

मानक चिह्न लगवाने वाले उत्पादकों को अपनी वस्तु के उत्पादन सम्बन्धी व्यय को कम करने में सहायता मिलती है। इस चिन्ह के लगे होने के कारण ग्राहक को कारखाने

में बने पदार्थ की गुणवत्ता का आश्वासन होता है। सन् 1991 फरवरी माह में प्रदूषण की बढ़ती समस्या को देखते हुए भारतीय मानक ब्यूरो द्वारा यह चिह्न उन सभी पदार्थों पर लगाया जाता है जो उचित प्रमाणन के साथ वातावरण अनुकूलित भी हों।

यह चिह्न निम्नलिखित वस्तुओं पर लगाया जाता है–

- पेन्ट
- कागज
- साबुन
- पैकिंग
- पदार्थ
- डिटरर्जेण्ड
- बैट्री
- वस्त्र
- भोज्य पदार्थ

एगमार्क (Agmark)

चित्र 4.5 : एगमार्क

भारत सरकार के विक्रय एवं जांच डायरेक्ट्रेट विभाग ने कृषि उत्पादक की गुणवत्ता व शुद्धता आंकने के लिए एग्मार्क के उपयोग का लाइसेंस दिया। एग्मार्क कृषि उत्पादन के संसाधन के समय उसमें उपस्थित भौतिक व रसायनिक गुणों के आधार पर दिया जाता है। इस मानक का उपयोग करने की अनुमति उत्पादक को देने से पहले यह ध्यान रखा जाना आवश्यक है–

1. उत्पादक द्वारा पदार्थों की गुणवत्ता के लक्षणः– आकार, भार, नमी, किस्म, रंग, वसा की मात्रा, उत्पादन की मात्रा, भौतिक गुण, रसायनिक गुण की जानकारी ले ली गई गई हो।
2. एग्मार्क वाले भोज्य पदार्थों को फुटकर व्यापारी या बडे बडे स्टोर्स में ही उपलब्ध कराया जाए क्योंकि ये व्यापारी अपनी साख बनाने के लिए एग्मार्क वाले पदार्थों से किसी प्रकार की छेडछाड नहीं करते हैं। एग्मार्क मानक द्वारा सामान्य जनता को लाभ पहुँचाता है। जिससे उन्हें उत्तम गुणात्मक भोज्य पदार्थ प्राप्त होते हैं। ये भोज्य पदार्थ निम्न प्रकार है–

- सभी प्रकार के खाने योग्य तेल
- मक्खन
- घी
- अण्डा
- नारियल का तेल

- मूंगफली का तेल
- गेंहू
- आटा
- काली मिर्च
- इलायची
- हल्दी
- जीरा
- धनियां
- तम्बाकू
- चावल
- दालें
- पिसे हुए मसाले
- चाय पत्ती
- भूरा
- गुठ
- बेसन
- शहद

एग्मार्क उपभोक्ता को खाद्य पदार्थ के चयन में सहायता करता है। विभिन्न श्रेणियों के आधार पर ही उपभोक्ता को पदार्थ की गुणवत्ता का ज्ञान होता है। एग्मार्क यह आश्वस्त करता है कि वस्तु सही मात्रा में है, पैकिंग सही है तथा इसमें किसी प्रकार की मिलावट नहीं है। इस संस्था में निरीक्षक समय समय पर एग्मार्क चिन्ह तथा खाद्य पदार्थ का विश्लेषण करते रहते हैं। यदि खाद्य निरीक्षक को कोई खाद्य सामग्री मानकों के अनुसार नहीं लगती तो उस बैच के सामान की बिक्री रुकवा दी जाती है।

Hallmark (हॉलमार्क)



चित्र 4.6 : हॉलमार्क

हॉलमार्क प्लेटिनम, स्वर्ण, रजत आदि बहूमूल्य वस्तुओं पर लगाया जाने वाला अधिकारिक चिन्ह अथवा मुहर है जो कि उसकी गुणवत्ता प्रमाणित करने के लिए लगाई जाती है।

आभूषणों में मिलावट को रोकने के लिए हॉलमार्किंग की व्यवस्था है। यह व्यवस्था बहुत पुरानी है। अलग–अलग देशों में हॉलमार्किंग की व्यवस्था भी अलग–अलग है।

हॉलमार्क के आभूषण अन्तर्राष्ट्रीय मानक के होते हैं। प्लेटिनम, सोने,चाँदी, हीरा आदि के आभूषणों की गुणवत्ता की पहचान के लिए हॉलमार्क चिन्ह की एकसमान व्यवस्था है। इस पर भारत सरकार की गारंटी होती है। हॉलमार्किंग के आभूषण निर्माण लागत अधिक होने के कारण 10 से 15 प्रतिशत मंहगे होते हैं लेकिन शुद्धता की गारंटी होती है। भारत में सोने के आभूषण हॉलमार्किंग की व्यवस्था वर्ष 2000 से है और चांदी के आभूषणों पर 2005 से लागू है। लेकिन अभी तक भारत में आभूषणों पर हॉलमार्क के चिन्ह की अनिवार्यता नहीं है।

हॉलमार्क का निर्माण वर्ष कोड

भारत के प्रत्येक आभूषण पर निर्माण वर्ष का कोड अंग्रेजी के वर्ण में अंकित होता है।

- 2000&A
- 2001&B
- 2002&C
- 2003&D
- 2004&E
- 2005&F
- 2006&G
- 2007&H
- 2008&I
- 2009&J
- 2010&K
- 2011&L
- 2012&M
- 2013&N
- 2014&O
- 2015&P
- 2016&Q
- 2017&R
- 2018&S
- 2019&T
- 2020&U

हॉलमार्क से सोने की शुद्धता की पहचान–

भारत में आमतौर पर 22 कैरट सोने के आभूषण इस्तेमाल होते हैं। 22 कैरट सोने के आभूषण पर 916 अंक अंकित होता है। इसमें 91.6 प्रतिशत सोना होता है। इसी प्रकार सोने आभूषण पर अन्य अंको का अर्थ लगाया जा सकता है।

- 375 का अर्थ 37.5 % शुद्ध सोना

- 585 का अर्थ 58.5 % शुद्ध सोना
- 750 का अर्थ 75.0 % शुद्ध सोना
- 916 का अर्थ 91.6 % शुद्ध सोना
- 990 का अर्थ 99.0 % शुद्ध सोना
- 999 का अर्थ 99.9 % शुद्ध सोना

आभूषण आवश्यक चिन्हों की पहचान

हॉलमार्क आभूषण पर निम्न चिन्ह अवश्य देखेः—

○ मानक चिन्ह
○ सोने की मात्रा
○ परीक्षण केन्द्र का निशान
○ वर्ष कोड
○ आभूषण विक्रेता का निशान

INDIA ORGANIC MARK

चित्र 4.7 : आर्गेनिक मार्क

यह मार्क आर्गेनिक रूप से उगाये गए खाद्य पदार्थों में इस मार्क का रहना जरूरी होता है। इससे यह पता चलता है कि उत्पाद नेशनल स्टैण्डर्ड फार आर्गेनिक प्रोडक्ट की गाइडलाइन से होकर गुजरा है। साथ ही इन्हें उगाते वक्त कैमिकल आदि का प्रयोग नहीं किया गया है। और ये स्वास्थ्य के लिए हानिकारक नहीं हैं।

ECO MARK

चित्र 4.8 : इको मार्क

यह मार्क ब्यूरो आफ इण्डियन स्टैण्डर्ड द्वारा ईसू किया जाता है। यह मार्क यह बताता है कि वस्तु से पर्यावरण को नुकसान नहीं होगा। 1991से लेकर अब तक 18 उत्पाद संवर्गों की पहचान की गई है।

- साबुन तथा अपमार्जक
- कागज
- खाद्य सामग्री

- स्नेहन तेल
- पैकेज बंदी के लिए सामग्री, पैकेज
- वस्तु कला सम्बन्धी रंग रोग तथा पाउडर कोटिंग
- बैट्रियां
- विद्युत, इलेक्ट्रानिक वस्तुएं
- खाद्य संयोजी पदार्थ
- लकड़ी के स्थानापन्य
- सौन्दर्य प्रसाधन सामग्री
- प्लास्टिक के उत्पाद
- ऐरासोल प्रोपैलेट
- वस्त्रादि
- कीटनाशी
- औषधियाँ
- अग्निशामक उपकरण
- चमड़ा

WOOL MARK

चित्र 4.9 : वूल मार्क

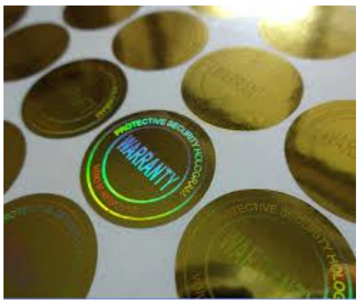
इनका निर्माण ऐसे किया जाता है कि इन्हें पानी में डालने पर ये उसमें घुल जाएं व पानी को दूषित न करें। ऊनी कपड़ों की गुणवत्ता नियंत्रित करने के लिए उस पर वूल मार्क छपा रहता है। इससे ऊनी कपड़ों की गुणवत्ता व शुद्धता का ज्ञान होता है।

SILK MARK

चित्र 4.10 : सिल्क मार्क

केन्द्रीय रेशम बोर्ड द्वारा शुद्ध रेशम की पहचान के लिए सिल्क मार्क प्रदान किया जाता है।

HOLOGRAM



चित्र–4.11 : होलोग्राम

हॉलमाक एक गैर–व्यापारिक ट्रेडमार्क है। यह एक छोटा आयताकार प्लास्टिक का स्टीकर होता है जिसमें कुछ लिखा होता है। इस स्टीकर का तात्पर्य उत्पाद के पैकेजिंग करने के लिए यह सुरक्षित है।

ISO मार्क



चित्र 4.12 : ISO मार्क

यह मार्क बहुउद्देशीय सेवाओं और उत्पादों के लिए प्रयोग होता है। यह अन्तर्राष्ट्रीय स्तर का मार्क है। इसमें हास्पिटल, इंश्योरेंस आदि आते हैं।

RECYCLING MARK



चित्र 4.13 : रिसाइकल मार्क

यह एक अन्तर्राष्ट्रीय मान्यता प्राप्त चिन्ह है जो सामग्री के पुनः उत्पादित होने का प्रताक है अर्थात सामग्री नष्ट होने के बाद भी प्रयोग में लाई जा सकती है

B.E.E. LABEL (Bureau of Energy Efficiency)



चित्र 4.14 : BEE मार्क

यह बहुउद्देशीय मानक व पैकेजिंग मार्क है जो उपभोक्ताओं को ऊर्जा की बचत के बारे में सूचित करता है। यह विपणन वाले घरेलू अैर अन्य उपकरणों में ऊर्जा की बचत को बताता है। सामान्य जन की भाषा में इसे स्टार रेटिंग कहते है, जिसनी स्टारों की संख्या होगी उपकरण उतनी ऊर्जा बचाने में सक्षम होगा। यह योजना मई, 2006 में शुरु की गयी थी और यह निम्नलिखित उपकरणों पर लागू है–

- रुम एयर कंडीशनर

- सीलिंग फैन
- रंगीन टेलीविजन
- कम्प्यूटर
- रेफ्रिजरेटर
- जनरल पर्पज इंडस्ट्रियल मोटर
- मोनोसेट पम्प
- ओपनवेल पनडुब्बी पम्प
- वाटर हीटर
- वॉशिंग मशीन
- डीजल जनरेटर
- लेड लैम्प
- इन्वर्टर
- कृषि उपयोगी पम्प आदि।

अध्याय पंचम : उपभोक्ता जागरुकता के विविध क्षेत्र

"उपभोक्ताओं को मालूम होना चाहिए कि वे जो खा रहे हैं, उसमें क्या है, उसकी गुणवत्ता क्या है, उसकी मात्रा और शुद्धता कितनी है? उत्पादकों को भी चाहिए कि वे अपने उत्पाद के इस्तेमाल से होने वाली स्वास्थ्य संबंधी समस्याओं की भी विस्तृत जानकारी दें।"(webliography-6)

— शरद पवार, केंद्रीय कृषि मंत्री

उपभोक्ता का स्वयं का दायित्व है कि वे जागरुक रहे, अपने अधिकारों का प्रयोग करें और सर्तकता से वस्तुओं का क्रय करे इसप्रकार वे मिलावट, धोखाधड़ी व दोषपूर्णता से बच सकते हैं।

5.1 विभिन्न वस्तुयें/सामान खरीदते समय ध्यान रखने योग्य आवश्यक बातें

उपभोक्ताओं को वस्तुयें खरीदते समय सदैव सर्तक रहना चाहिए व निम्न आवश्यक बातें ध्यान रखनी चाहिए–

1. सदैव नयी पैकिंग का सामान लेने की कोशिश करें अर्थात् मैनुफैक्चरिंग डेट नयी हो ज्यादा पुरानी न हो।
2. पैकिंग सामान घी, तेल, मसाले, आटा, साबुन, मंजन आदि, दवाओं, पैकेट बन्द फास्ट फूड आदि में एक्सपाइरी डेट अवश्य देख लेना चाहिए।
3. खुला सामान जैसे– आटा, मसाले, घी, तेल आदि खरीदते समय सतर्क रहें रंग, रुप, आकार, गंध व स्वाद पर न जाए विश्वसनीय दुकान से खरीदे व सही पहचान करके खरीदे।
4. सामान खरीदे समय ब्राण्ड विशेष का सामान यदि खरीदते है, यदि सामान दोषपूर्ण निकले तो पैकेट में दिये गये टोल फ्री नं0 पर तुरन्त शिकायत करें यदि कारवाही न हो तो उपभोक्ता फोरम में शिकायत दर्ज करायें।
5. सामानों में ISI मार्क, वेज–नॉन वेज, ISO आदि प्रयोग होने वाले मार्को का ध्यान दे व सही पहचान रखें।
6. तौल करवाते समय वजन का ध्यान दें कम तौल न हो कभी–कभी दुकानदार जल्दबाजी में गलती भी कर जाते है अतएव हमें अपने सामान के प्रति सर्तक रहना चाहिए।
7. मिठाई तौलते समय डिब्बे का वजन मिठाई की तौल में नहीं जुड़ा होना चाहिए यदि ऐसा है तो उससे कागज के लिफाफे में या अपना बर्तन लेकें जाए और तौल करवाएं।
8. त्योहारों के समय मिलावट ज्यादा होती है अतः पकवान घर पर ही बनाने की कोशिश करें या त्योहारों से पहले पकवान, मिठाई खरीद के रखें।
9. खुले मसाले, कोई खाद्य पदार्थ न्यूज पेपर में न लें क्योकिं इसमें लेड की मात्रा ज्यादा रहती है जो स्वास्थ्य की लिए हानिकारक है।
10. दुकानदार से, मेडिकल की दुकानों से, सर्राफा से पक्का बिल ही ले ये पक्का बिल न देकर टैक्स की चोरी करते है और अपने एक अच्छे नागरिक होने का फर्ज निभायें।

11. इसीप्रकार कोई भी इलेक्ट्रॅानिक सामान लेते समय भी पक्का बिल लें व गारन्टी तथा वारन्टी कार्ड भी लें और इनका मतलब भी जानें।
12. बिल के बाद आइटम जरुर चेक कर लें कभी–कभी अंजाने में या जानबूझ कर बिल में गलती हो जाती है।
13. यदि एटीएम कार्ड धारक हैं तो किसी अन्य व्यक्ति को अपना कार्ड न दें और न ही उसे पिन, पासवर्ड या अन्य सुरक्षा जानकारी न दें।
14. एटीएम के लिए किसी अन्य भाषा का प्रयोग करें जैसें– मराठी, गुजराती।
15. दवाओं के नाम हास्पिटल के अधिकृत लेटरहेड या डॉ0 के लेटरहेड पर ही लिखवाएं।
16. दवाइयां भरोसेमंद तथा लाइसेंस प्राप्त दवा विक्रेता से ही खरीदें।
17. नकली दवाओं से सावधान रहें व प्रतिबन्धित दवायें न खरीदें।
18. कच्चे बिल व पक्के बिल में अन्तर समझे।
19. पैक्ड फूड का चुनाव करते समय न्यूट्रिशन फैक्ट लेबल को पढ़कर और सोच–समझ ही खरीदें।
20. पैक्ड फूड खरीदते समय उस प्रोडेक्ट के बारे में पूरी जानकारी लें कि यह आपकी सेहत के लिए जरुरी है या नहीं।
21. न्यूट्रिशन लेबल पढ़कर एक प्रोडेक्ट की तुलना दूसरे प्रोडेक्ट से करके ये पता लगा सकेगें कि आपकी सेहत के लिए कौन–सा प्रोडक्ट सही है।
22. पैक्ड फूड पर लिखे कैलोरी चार्ट, सर्विंग साइज, पोषक तत्वों पर नजर जरुर दौडाएं।
23. किसी भी खाद्य पदार्थ को लेने से पहले उसमें मौजूद सैचुरेटेड और अनसैचुरेटेड फैट की मात्रा की जांच कर लें।
24. सैचुरेटेड व ट्रांस फैट्स की जगह मोनोसैचुरेटेड या पॉलीसैचुरेटेड फैट्स का सेवन करना ज्यादा बेहतर होता है।
25. ऐसा सामान जिसमें हवा भरी है न खरीदे अर्थात् वैक्यूम पैक खरीदे जैसे– ताजमहल चाय।

5.2 दैनिक उपभोग की वस्तुओं के प्रति जागरुकता

हमारे दैनिक प्रयोग में आने वाली वस्तुओं का आजकल शुद्ध रूप में मिलना दूभर हो गया है। बाजार में कुछ भी वस्तु हम खरीदने जायें, खूब जाँच पड़ताल कर, उसे खरीदें लेकिन फिर भी विश्वास नहीं होता कि खरीदी गई वस्तु शुद्ध ही होगी। मिलावट की समस्या इस कदर व्यापक बन गई है कि वस्तु की शुद्धता के विषय में हम लोगों के मन में अविश्वास और सन्देह की जड़ बहुत अन्दर तक जम गई है। और ठीक भी है शुद्ध रूप में कोई वस्तु प्राप्त कर लेना बहुत कठिन हो गया है। यह ऐसा छूत का रोग है कि शहरी क्षेत्र से बढ़ता हुआ हमारे ग्रामीण क्षेत्रों तक में भी फैल गया है और अपनी जड़ें फैला रहा है। यद्यपि शहरों में मिलावट का रोग अधिक व्यापक और गहराई से व्याप्त है तथापि हमारे ग्रामीण अंचल इससे बचे हुए नहीं हैं। शिक्षित अशिक्षित, शहरी–ग्रामीण सभी अपनी उत्पादित वस्तुओं में अपने ढंग से मिलावट करते हैं।

यह एक प्रसिद्ध कहावत हो गई है कि "आजकल जहर भी शुद्ध नहीं मिलता।" चाँदी, सोना, ताँबा, पीतल कोई भी धातु अपने शुद्ध रूप में नहीं मिल पाती। वस्तु–वस्तु में, मिलावट आज एक सामान्य बात हो गई है। मिलावट के साथ–साथ असली वस्तु के स्थान पर नकली वस्तुयें खूब चल रही हैं जिसकी पहचान भी नहीं हो सकती।

5.2.1 मसाले, डिब्बें बन्द व खुले खाद्य पदार्थ

आजकल डिब्बाबंद खाद्य पदार्थों का प्रयोग बढ़ता जा रहा है परन्तु ये स्वास्थ्य की दृष्टि से सुरक्षित नहीं होते। इस खाद्य पदार्थों की प्रोसेसिंग व पैकिंग करते समय से खुले पड़े रहते हैं जिसके कारण इनमें सोलमोनेला व ई कोली जैसे हानिकारक बैक्टीरिया पनपते हैं। यही नहीं, प्रोसेसंग के दौरान हुई प्रकियाओं में ये अपने पौष्टिक तत्व भी खो देते हैं देश के विभिन्न भागों में विभिन्न प्रकार के खाद्य पदार्थों में 30–35 प्रतिशत अपमिश्रण पाये जाते हैं। भारतीय खाद्य अपमिश्रण और उससे होने वाले स्वास्थ्य के लिए हानिकारक परिणामों से प्रायरू अनभिज्ञ है बहुत से खाद्य पदार्थ वे सिर्फ बाहरी तडक–भडक या सजावट देखकर लेते हैं ये वह नहीं जानते कि इस प्रकार के वनावटी, सजावटी खाद्य पदार्थ उनके स्वास्थ्य के लिए हानिप्रद हो सकते हैं। खाद्य पदार्थों से जरूरी है पौष्टिक तत्वों का होना। प्रायरू व्यापारी लोग अपमिश्रण में ऐसी चीजों का चयन करते हैं जोकि देखने में असली चीज के साथ मिलजुल जाती है अथवा उनके एक दो गुण असली चीज में अर्न्तनिहित गुणों से मेल खाते हैं यदि मिलावट वाले पदार्थ के गुणों में छुप जाए तो उस अपमिश्रण पदार्थ का सही पता लगाना तथा मिलावट की समस्या से घरेलू तौर पर निपटना और भी मुश्किल हो जाता है।

5.2.1.1 असली vs नकली

दैनिक उपभोग की वस्तुओं व खाद्य पदार्थों में असली व नकली की पहचान उसकी गुणवत्ता के आधार पर उसके रंग, गंध व स्वाद से कर सकते है परन्तु इस मिलावट के खेल ने इन आधारों को भी फेल कर दिया है फिर भी काफी हद तक पहचान की जा सकती है। दैनिक उपभोग की वस्तुओं व खाद्य पदार्थों, पैकेट बन्द फास्ट फूड में शोधकर्त्री ने अपने सार्थक प्रयासों से, विचार–विमर्श करके असली व नकली, शुद्ध व मिलावटी या अशुद्ध को पहचानने का प्रयास किया है जो निम्न प्रकार है–

❖ ***असली चावल vs प्लास्टिक के चावल–*** चावल बच्चों व युवाओं द्वारा बड़े चाव से खाया जाता है। चावल की कई किस्म भी होती है जैसे– सोनम, पटसन, मलाई चावल, बासमती आदि। आजकल मिलावट में इन सबमें मिलावट हो रही है वो तो एक तरफ बाजार में चावल

की एक नई किस्म भी आ गयी है **प्लास्टिक के चावल** तो देखने में बिल्कुल उगाये गये चावलों की शक्ल के होते है।

चीन से आने वाला यह प्लास्टिक चावल दिखने में बिल्कुल असली चावल की तरह ही दिखाई देता है। और तो और पकने के बाद भी आप प्लास्टकि चावल और असली चावल में फर्क नहीं कर सकते। असली चावल के साथ मिलाकर बाजारों में बिकने वाला यह चावल, असली चावल में इस कदर मिल जाता है, कि आप इसके रूप, रंग, आकार और यहां तक कि स्वाद में भी फर्क नहीं कर पाएंगे। लेकिन क्या आप जानते हैं कि इस चावल को खाने से आप कैंसर जैसी भयानक बीमारी के शिकार हो सकते हैं। लेकिन उससे भी पहले आप शिकार हो सकते हैं,पेट की बीमारियों के। एक कटोरी प्लास्टिक चावल, एक बैग पॉलीथिन के बराबर होता है। जरा सोचिए? प्लास्टिक या पॉलीथिन को खाने के बाद, पेट की क्या हालत होगी ? यह ना तो पचता है, और ना ही सड़ता है।

मिलावट, उसकी जांच व दुष्परिणाम

ऐसे करें पहचान –

1. **चमक** – जब आप चावल को ध्यान से देखेंगे तो पाएंगे प्लास्टिक के चावल असली चावल की तुलना में ज्यादा चमकीला नजर आता है।
2. **आकार** – अगर दो तरह के नकली चावलों को एक साथ मिलकर देखेंगें, तो सारे चावलों की मोटाई और आकार, एक जैसा ही दिखाई देगा।



चित्र 5.1 : प्लास्टिक के नकली चावल

3. **वजन** – नकली चावल का वजन असली की तुलना में हल्का होता है, इसीलिए तौलने पर नकली चावल की मात्रा अधिक होगी व चावल पानी में तैरता है। भिगोते वक्त ध्यान रखें, प्लास्टकि चावल पानी में नहीं तैरता क्योंकि यह सौ फीसदी प्लासटिक नहीं होता, इसमें आलू और शकरकंद भी मिला होता है। जबकि कुछ असली चावल पानी में तैरते हैं।
4. **भूसी** – नकली चावल बिल्कुल साफ सुथरा होगा, जबकि असली चावल में कहीं न कहीं धान की भूसी मिल ही जाएगी।
5. **खुशबू** – चावल को पकाते वक्त उसे सूंघ कर देखें। प्लास्टिक चावल पकते वक्त, बिल्कुल प्लास्टिक की तरह महकते हैं ।
6. **कच्चापन**– प्लास्टिक चावल काफी देर तक पकाने के बाद भी ठीक से नहीं पकता, जबकि असली चावल अच्छी तरह से पक जाता है।

7. **मांड**–प्लास्टिक चावल को पकाने के बाद, बचे हुए उसके पानी यानि मांड पर सफेद रंग की परत जम जाती है, जबकि असली चावल में ऐसा नहीं होता। अगर इस मांड को कुछ देर तक धूप में रख दिया जाए, तो यह पूरी तरह से प्लास्टिक बन जाता है, जिसे जलाया भी जा सकता है। यह एक बेहतर तरीका है, प्लास्टिक चावल को पहचानने का ।
8. **फंगस** – उबाले नकली चावलों को 2 से 3 दिन रखने पर भी फंगस नहीं लगती।



चित्र 5.2 : नकली चावल का फंगस परीक्षण

होने वाले रोग – पेट से सम्बन्धित बिमारियां, पेट का कैंसर आदि असाध्य बीमारियां।

- ***अरहर दाल, चना दाल vs खेसरी या चटरी दाल***– बढ़ती महंगाई का असर लोगों की जेबों पर तो पड़ता ही है। दालों की कीमतें बढ़ने के बाद इसमें सस्ती दालों की मिलावट होने लगती है। अरहर (तुवर) की दाल में खेसारी दाल की मिलावट की जाती है। खेसारी दाल को जानलेवा माना गया है, यह देश के कई राज्यों में प्रतिबंधित है। ज्यादा मुनाफा कमाने और प्रतिस्पर्धा के कारण कुछ व्यापारी अरहर की दाल में खेसारी की दाल की मिलावट करते हैं। खेसारी दाल के अलावा बटली की दाल की भी मिलावट की जाती है। प्रदेशों में प्रतिबंधित होने के बाद भी इसका उत्पादन किया जाता है।

- **मिलावट, उसकी जांच व होने वाले रोग**

मिलावटी सामग्री –

- बकले के दाल
- खेसारी या चटरी दाल
- विशेष तरह की मटर की जिसका दाल अरहर की तरह होता है.
- खराब और घटिया दाल को पॉलिश
- कलर और ऑयल (जंगली आरंडी)

नकली दाल की पहचान

- अरहर की दाल के दाने थोड़े से बड़े आकार के होते हैं. नकली दाल के दाने छोटे हैं।
- पकाने के बाद दाल में वाजिब गाढ़ापन नहीं आना।
- मार्केट में पूरी रिसर्च करके अरहर की दाल खरीदें।
- अगर दो दुकानों के दाम में बहुत ज्यादा अंतर हो तो समझ लें कि सस्ती वाली दाल मिलावटी है।

खेसारी दाल की पहचान – खेसारी दाल थोड़ी चौकोर व सपाट होती है। अरहर की दाल की तुलना में यह एक तरफ से चपटी व दूसरी तरफ से उठी हुई होती है। इसका रंग अरहर की अपेक्षा हल्का पीला होता है। खेसारी की दाल को अरहर की दाल में मिलावट करने के लिए कुछ व्यापारी इसमें गौखरी पाउडर मिलाते हैं।



चित्र 5.3 : अरहर दाल व खेसरी दाल

असली दाल की पहचान

- जो असली दाल होती है उसमें चमक कम होती है।
- दाल की कनवेस्टि एक तरफ से प्लेन और दूसरी तरफ से उभार होता है।
- किनारा स्मूद नहीं बल्कि रफ होता है।
- भिगोने पर दाल के सरफेस पर बुलबुले दिखाई देंगें।
- कम समय में पक जाती है दाल।
- रंग नहीं छोड़ती असली दाल।
- पानी में भिगोकर हाथ पर मसलने से उसका पानी सूख जाता है।

दुष्परिणाम – गठिया, घेंघा, स्किन प्रॉब्लम, मांसपेशियों का पतला होना और उसमें ऐंठन. चमडियों का कड़ा हो जाना, आंखों की रोशनी का कम होना, दिमाग की कोशिकाओं का डैमेज हो जाती हैं, पोलियों और लकवा, आंतों में सूजन, अल्ट्रेशन, आंतों की टर्मिनल इंटेस्टाइन में कैंसर।

बकला और खेसारी जंगली दलहन है। इस पेड़ को जानवर खाया करते हैं। यह बहुत कम पानी और जलवायु में पैदा हो जाते हैं। इसमें वह प्रोटीन पाए जाते हैं जो यूरिक एसिड को बढ़ा देते हैं। इससे स्किन और बॉडी में कई तरह की प्रॉब्लम हो सकती है। आंखों की रोशनी तक जा सकती है।

❖ ***शुद्ध खाद्य तेल vs अशुद्ध खाद्य तेल–*** खाद्य पदार्थो में मिलावट देश के स्वास्थ्य को बिगाड़ने में सबसे अहम् रोल है। खाद्य पदार्थो में सबसे ज्यादा मिलावट खाद्य तेलों में होती है खाद्य तेल उद्योग व इनके व्यापार के बाहर आम उपभोक्ता को पता ही नहीं चलता कि खाद्य तेलों में कैसे–कैसे मिलावट की जाती है। सभी मिलावाटों का मुख्य उद्देश्य धोखाधड़ी करके पैसा कमाना होता है। कुछ मिलावट स्वास्थ्य के लिए विशेष

हानिकारक नहीं होती है लेकिन वो मात्र उपभोक्ता की जेब के लिए हानिकारक होती है जबकि कुछ मिलावट उपभोक्ता की जेब व स्वास्थ्य दोनों के लिए हानिकारक होती है। मिलावट कोई भी हो, एक तरह से उपभोक्ता के साथ ठगी व धोखाधड़ी ही है।

मिलावट, उसकी जांच व दुष्परिणाम

सस्ते तेलों की मिलावट– यह सबसे प्रचलित व आसान मिलावट का तरीका है जो हर कोई मिलावटखोर काम में लेता है। भारत में सबसे सस्ता तेल आयातित पाम आयल होता है जो कि रिफाइनिंग से खाद्य तेल में बदल जाता है। मलेशिया का एक तेल है जिसे पामोलिन तेल कहा जाता है, हम उसे पाम तेल के नाम से जानते हैं। इस तेल का मिलावट में उपयोग, सर्दियों में थोड़ा कम हो जाता है क्योंकि यह तेल जम जाता है जिससे मिलावट पकड़ में आ जाती है। साधारणतया मिलावट में सस्ते व रिफाइंड तेलों का उपयोग होता है। इसका सीधा व्यापारिक फॉमूला है कि जितना महँगा तेल होगा उसमे उतनी ही ज्यादा मिलावट होगी। भारत में सस्ते तेल, जैसे– आयातित पाम आयल, सोयाबीन तेल, रिफाइंड सरसों तेल, राइस ब्रान तेल आदि की मिलावट उनसे महंगे तेलों में की जाती है। खुले खाद्य पदार्थों को बनाने के लिए भी पाम आयल का प्रयोग किया जाता है जैसे– पानी के बतासे वाले, अपने बतासे पाम आयल में बनाते है जो कि सस्ता होता है, युवाओं की पसन्द आलू भल्ला, दही बड़ा आदि पाम आयल और डालडा घी में बनायें जाते हैं जो कि सेहत के लिए बहुत नुकसानदेय हैं।

रिफाइंड तेलों की मिलावट– किसी भी खाद्य तेल की रिफाइनिंग में बाद उसकी खुशबू व रंग को उड़ा दिया जाता है। उसके बाद सारे रिफाइंड तेल स्वाद, रंग व खुशबू में तो एक जैसे हो जाते है चूकिं सभी तेलों के अपने खास गुण व तासीर होती है जो रिफाइनिंग करने से भी नहीं बदलती है। एक पुराना गाना है, **"पानी रे पानी तेरा रंग कैसा, जिसमें मिलाया हुआ उस जैसा",** यही बात रिफाइंड तेल पर लागू होती है, **"रिफाइंड तेल तू है कौन–सा तेल, जिसमें मिलाया वही मै तेल"**।

तेल खाना तो सफोला का खाना या सनफ्लावर का खाना, ये नहीं कहते कि सरसों का खाओ या मूंगफली का खाओ। किसी भी तेल को रिफाइन करने में 6 से 7 केमिकल का प्रयोग किया जाता है और डबल रिफाइन करने में ये संख्या 12 –13 हो जाती है। ये सब केमिकल मनुष्य के द्वारा प्रयोगशाला में बनाये हुए हैं भगवान का बनाया हुआ एक भी केमिकल इस्तेमाल नहीं होता, भगवान का बनाया मतलब प्रकृति का दिया हुआ जिसे हम ऑर्गेनिक कहते हैं। तेल को साफ करने के लिए जितने केमिकल इस्तेमाल किये जाते हैं सब

Inorganic हैं और Inorganic केमिकल ही दुनिया में जहर बनाते हैं और उनका combination जहर के तरफ ही ले जाता है। इसलिए रिफाइन तेल, डबल रिफाइन तेल गलती से भी न खाएं।

तो प्रश्न उठता है कि क्या खायें? तो आप शुद्ध तेल खाइए, जैसे– सरसों का, मूंगफली का, तीसी का, या नारियल का।

शुद्ध तेल की पहचान– शुद्ध तेल में बास बहुत आती है और दूसरा कि शुद्ध तेल बहुत चिपचिपा होता। रिसर्च से पता चला कि तेल का चिपचिपापन उसका सबसे महत्वपूर्ण घटक है। तेल में जो बास आती है वो उसका प्रोटीन कंटेंट है, शुद्ध तेल में प्रोटीन बहुत होता है, दालों में प्रोटीन सबसे ज्यादा होता है, दालों के बाद जो सबसे ज्यादा प्रोटीन है वो तेलों में ही है, तो तेलों में जो बास आप पाते हैं वो उसका Organic content है। सभी तेलों में 4 –5 तरह के प्रोटीन होते है आप जैसे ही तेल की बास निकालेंगे उसका प्रोटीन वाला घटक गायब हो जाता है और चिपचिपापन निकाल दिया तो उसका Fatty Acid गायब हो जाता है, अब ये दोनों ही चीजें निकल गयी तो **वो तेल नहीं पानी है, जहर मिला हुआ पानी।**

अखाद्य तेलों की मिलावट– अखाद्य तेल दो तरह के होते है, एक अखाद्य तेल वो होते है जो रिफाइंड करने के बाद खाद्य तेल बन जाते है, जैसे– पाम आयल, करड़ी का तेल, सन–फ्लावर (सूरज मुखी) का तेल व कॉटन सीड तेल आदि। दूसरे अखाद्य तेल वो होते है जो रिफाइंड करने के बाद भी अखाद्य तेल ही रहते है, जैसे– कैस्टर (अरंडी) आयल आदि। पहली तरह के रिफाइंड (अखाद्य) तेलों की मिलावट की मात्रा बिना सीमा के बहुत ज्यादा होती है जबकि दूसरी तरह रिफाइंड (अखाद्य) तेल, जो कि बहुत सस्ते होते है, की मिलावट एक सीमित सीमा में की जाती है ताकि उपभोक्ता के स्वास्थ्य पर तत्काल असर नहीं दिखाए अन्यथा मिलावट पकड़ में आ सकती है।

दो या ज्यादा तेलों से मिलाकर तीसरा ब्रांडेड खाद्य तेल– आजकल कई ब्रांडेड तेल मात्र खाद्य तेलों के नाम से बेचे जा रहें हैं। जिसमें दो या अधिक तेलों को मिलाकर बेचा जाता है। ऐसे खाद्य तेलों की पैकिंग पर यह भी नहीं बताया जाता कि उसमे कौन–कौन सा तेल मिलाया (Blend / Mix) गया है। उदाहरण 'सफोला तेल'। 'सफोला तेल' दो सस्ते तेलों की मिलाकर बनाया गया महँगा तेल होता है। बाजार से आप किसी भी नाम का डब्बा बंद तेल ले आइये, रिफाइन तेल और डबल रिफाइन तेल के नाम से जो भी तेल बाजार में मिल रहा है वो पामोलिन तेल है।

मिलावट जो पकड़ में ही नहीं आती– बाजार में कुल 5 तरह के सरसों तेल उपलब्ध होते है–

1. पीली सरसों का तेल (दुर्लभ व बहुत कम मात्रा)
2. कच्ची घानी का सरसों/रायड़ा (Rapeseed) तेल
3. पक्की घानी (एक्सपेलर / Expeller) का सरसों/रायड़ा (Rapeseed) तेल
4. रिफाइंड (रिफाइंड) सरसों/रायड़ा (Rapeseed) तेल
5. रिफाइंड (रिफाइंड) SEO सरसों/रायड़ा (Rapeseed) तेल जो कि सरसों की खल में से केमिकल प्रोसेस से निकाला जाता है, जो रिफाइंड होने के बाद तो अच्छा खाद्य तेल बन जाता है।

ये चौथे व पॉचवें रिफाइंड तेल किसी भी अन्य सरसों तेल में मिलाने पर साधारणतया मिलावट पकड़ में ही नहीं आती हैं।

सरसों का तेल में की जाने वाली मिलावट–

सरसों के तेल में मुख्यतः निम्न के तेलों/सामग्री की मिलावट/प्रयोग किया जाता है–

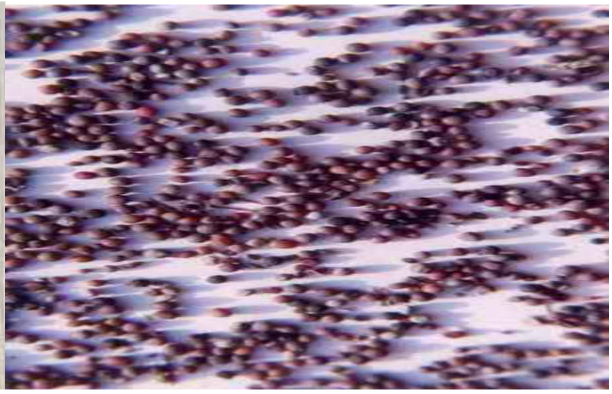
- सत्यानाशी के बीजों का तेल
- कैस्टर (अरंडी) आयल
- कॉटन शीड का तेल
- अप्रकातिक रंग
- दणेल तेल (एक बार प्रयोग होने के बाद पुनः प्रयोग करना/बासी तेल)

मिलावट की जांच

- ***सत्यानाशी तेल की जाँच–*** सरसों के बीज साथ सत्यानाशी का भी बीज मिला होता है जो तेल निकलते समय अलग नहीं किये जाने की वजह से सरसों के तेल में मिक्स हो जाता है। सत्यानाशी का बीज दिखने में बिल्कुल राई की तरह होता है।



सत्यानाशी की बीज



काली राई

चित्र 5.4 : सत्यानाशी व काली राई के बीज

मिलावट का कारण– अज्ञानता, श्रम की बचत।

जाँच प्रक्रिया–

- एक परखनली में 5ML सरसों का तेल लें।
- उसमें 5 मिलीलीटर नाइट्रिक एसिड (HNO_3) डालकर सावधानी पूर्वक हिलायें।
- यदि निचली परत में ऑरेंज –येलो , क्रिप्शन कलर आये तो सरसों के तेल में सत्यानाशी का तेल मिला हुआ है।

- ***कैस्टर (अरण्डी) आयल की जाँच–*** अरण्डी के बीजों से निकाला गया तेल, यह सरसों तेल से सस्ता होता है।

जाँच प्रक्रिया

1. मिलीलीटर तेल एक परखनली में ले और उसमे 10 मिलीलीटर एसिडिफिएड पेट्रोलियम ईथर डाले।
2. 2 मिनट हिलाने के बाद उसमे एक ड्राप मॉलिब्डेट (molybdate) डाले।

तुरंत ही यदि Turbidity (गन्दगी/कालापन) आ जाये तो उसमे अरण्डी का तेल मिला हुआ है।

- ***कॉटन शीड के तेल की जाँच–*** कॉटन सीड से निकलने वाला तेल। यह सरसों के तेल से सस्ता होता है ज्यादा पैसा कमाने के लिए व्यापारी मिलाते है।

जाँच प्रक्रिया

- एक परखनली में 3 ml सरसों का तेल और 2 ml आमयल अल्कोहल मिलाये।
- फिर 1 ml कार्बन डाई – सल्फाइड और लगभग 10 mg सल्फर मिलाये।
- 3 मिनट तक स्प्रिट लैंप पर गर्म करे।

यदि लाल रंग आये तो कॉटन सीड तेल मिला हुआ है।

- ***अप्राकृतिक रंग की जाँच–*** मिले हुए रंग सिंथेटिक/अप्राकृतिक होते है जैसे – बटर येलो , क्रेस ऑरेन्ज GN, सूडान IV, ग्रेस येलो GRN इत्यादि।

जाँच प्रक्रिया–

- लगभग 2 ग्राम तेल, कोनिकल फ्लास्क में लें।
- उसमें 50 ml हेक्सेन डालकर 10 मिनट तक हिलायें।
- मिश्रण को फिल्टर पेपर से छानें।
- छाने हुए मिश्रण को वाटर बाथ पर 10 ml होने तक कंसन्ट्रेट करें।
- कंसन्ट्रेट का एक भाग ले और उसमे उतना ही 13 N ईथर सल्फ्यूरिक एसिड या कॉन्सेंट्रेटेड HCL मिलायें।

यदि एसिड की परत या पूरे मिश्रण का कलर बदलता है या गुलाबी , लाल , बैगनी आता है तो तेल में रंग मिलाया गया है।

- ***दणेल तेल (एक बार प्रयोग होने के बाद पुनः प्रयोग करना/बासी तेल) की जाँच–*** आजकल मिलावटखोर इस प्रकार के तेल का भी प्रयोग करने लगे है जिसके कई दुष्परिणाम सामने आये है। पुराना/बासी तेल से बदबू आने लगे और टेस्ट खराब हो जाये या सरसों के तेल की तरह महक न आये तो ये दणेल तेल होते है ये बहुत ही सस्ते होते है।

जाँच प्रक्रिया

- एक परखनली में एक चम्मच तेल लें।
- उसमें 5 ml 6 N हाइड्रोक्लोरिक एसिड (HCL) डाल के 30 सेकण्ड तक हिलायें।
- फिर मिश्रण में 0.1% फोरोग्लुसीनाल ईथर सोलुशन मिलाये और 30 सेकण्ड तक मिश्रित करें।
- 10 मिनट के लिए छोड़ दें।

यदि निचली परत (एसिड की परत) में गुलाबी या लाल रंग दिखायी दे तो तेल दणेल/बासी हैं।



चित्र 5.5 : दणेल तेल का परीक्षण

दुष्परिणाम– नारियल तेल की मिलावट से/ज्यादा प्रयोग से ब्लड कोलेस्ट्रॉल बढ़ता है, इसके फैटी एसिड्स हार्ड प्रॉब्लम बढ़ाते है। राइस ब्राउन ऑयल में कैल्शियम एबजॉर्पशन कम होता है जो हड्डियों के लिए नुकसानदेह है। इससे इनडाजेशन की प्रॉब्लम हो जाती है। सनफ्लॉवर तेल में ओमेगा 6 फैटी एसिड्स होते है, जिससे ये तेल जल्दी खराब हो जाता है तथा इससे शुगर लेवल भी बढ़ता है। पाम तेल में सबसे ज्यादा ट्रांस–फैट है। ट्रांस–फैट वो फैट हैं जो शरीर में कभी भी, किसी भी तापमान पर dissolve नहीं होते हैं, इस कारण से ये बढ़ता जाता है और तभी हृदयघात, ब्रेन हैमरेज, पैरालिसिस, डाईबिटिज का शिकार होता है और ब्लड प्रेशर की शिकायत होती है। सत्यानाशी के बीज में सैंगुइनारिन (Sangunarine) और डाई हाइड्रो सैंगुइनारिन नाम का बहुत ही जहरीले केमिकल होते है जिनसे गर्भपात, एपिडेमिक ड्रोप्सी, ग्लूकोमा, ब्लाइंडनेस, फेफड़ो का बड़ा होना और कैंसर जैसी बीमारिया होती है। दणेल/बासी तेल से शरीर में मौजूद विटामिन B व C नष्ट हो जाते हैं।

❖ ***शुद्ध घी vs टेलो घी*** – देसी घी को सेहत का अचूक नुस्खा माना जाता है, लेकिन बाजार में बड़े पैमाने पर जो घी बिक रहा है, वो सेहत का सत्यानाश करने वाला है। घी के नाम पर जो कुछ बिक रहा है, वह घी है ही नहीं। उसमें तो जानवरों की चर्बी, हड्डी और केमिकल, पाम तेल है। पूरे देश में बड़े पैमाने पर घी के नाम पर हड्डी और चर्बी के घालमेल का काला कारोबार चल रहा है। भैंस, भैसा, गाय, बैल और ऊंट का मांस उबाला जाता है।

मांस उबालकर जानवरों की चर्बियां सुखायी जाती हैं। अर्थात् देशी घी के नाम पर जो नकली घी बाजार में उपलब्ध है, उसमें हड्डियों का बुरादा मिला होता है। शुद्ध घी में हड्डी व चर्बी लगभग बराबर अनुपात में मिलाई जाती है, जिससे वह दानेदार प्रतीत होता है। हड्डी की बदबू खत्म करने के लिए इसमें केमिकल एसेंस डाला जाता है। **हड्डी का जो बुरादा डाला जाता है, उसे टेलो कहते है। इसीलिए इस घी के निर्माताओं ने इसे कोड वर्ड टेलो घी का नाम दे रखा है।**

मिलावट, उसकी जाँच व दुष्परिणाम

मिलावट सामग्री–

- जानवरों की चर्बी व हड्डियों का चूरा
- टॉक्सिंस (विषारी पदार्थ)
- कोल टार डाई
- स्टार्च (उबला आलू/शकरकन्द)
- वनस्पति घी/मार्जरीन

मिलावट की जाँच

- ***जानवरों की चर्बी व हड्डियों का चूरा–*** घी बनाने में जानवरों की चर्बी व हड्डियों के चूरे का प्रयोग होता है। इस मिलावटी घी को टेलो घी कहते है। इनसे मिलकर बने घी में जानवरों की चर्बी जो कि बहुत सस्ते दामों में मिल जाती है, रिफाइन्ड तेल, पाम आयल व हड्डियों का चूरा मिला होता है। यह घी को दानेदार बनाने के लिए प्रयोग किया जाता है।

जाँच प्रक्रिया– शुद्ध देशी घी और टेलो घी में अंतर करना बेहद आसान है। देशी घी गर्म करने पर पूरी तरह पारदर्शी बन जाता है। जबकि टेलो घी गर्म करने पर पारदर्शी नहीं होता। इसमें शामिल हड्डियों का बुरादा घी को पारदर्शी नहीं होने देता।

- ***कोल टार डाई–*** कोल टार डाई एक aritificial कलरिंग एजेंट होता है जो एरोमेटिक हाइड्रोकार्बन जैसे – tolune, जाइलिन , बेंजीन जोकि bituminous कोल से निकाला जाता है।

जाँच प्रक्रिया

- 5 मिली लीटर अम्ल (H_2SO_4 or HCL acid) में एक चम्मच घी में डाले और अच्छे से हिलायें।
- यदि H_2SO_4 के साथ गुलाबी रंग (Pink color) और HCL के साथ चटक लाल कलर आए तो देसी घी में कोल टार डाई मिला हुआ है।

- ***स्टार्च की जाँच–*** घी में उबला आलू व शकरकन्द मिलाकर उसे मिलावटी बनाया जाता है।

जाँच प्रक्रिया –

○ एक चम्मच देशी घी लें, उसमे 4 –5 बून्द आयोडीन डाले।

यदि नीला रंग आये तो उसमें स्टार्च (उबला आलू व शकरकन्द) मिला हुआ है।

- ***वनस्पति घी/मार्जरीन की जाँच–*** अधिकतर डिब्बे बन्द घी में वनस्पति घी/मार्जरीन की मिलावट की जाती है।

जाँच प्रक्रिया–

○ एक परखनली या शीशे के पतले गिलास में एक चम्मच घी डालें।

○ फिर उसमे उतना ही HCl (हाइड्रोक्लोरिक अम्ल) डालें।

○ एक चुटकी चीनी डालें और एक मिनट तक हिलायें।

यदि क्रिमसन कलर (चटक लाल रंग) दिखाई दें तो उसमे वनस्पति घी या मार्जरीन की मिलावट है।

❖ ***दूध vs सिंथेटिक दूध –*** स्वास्थ्य के लिए सबसे पहले सलाह दी जाती है, वो होती है "दूध" सेवन की इसे सर्वोत्तम माना गया है। दूध अपने आप में सम्पूर्ण आहार है। दूध हर घर की जरूरत है, दूध हर कोई पीता है। लेकिन, यही दूध कब जहर बनकर आपके सामने आ जाए, इस बात की आशंका हमेशा बनी रहती है। दूध में डिटरजेंट, पानी और सिंथेटिक, स्टार्च समेत कई ऐसी चीजें मिलाई जाती हैं, जो हमारी आपकी सेहत के लिए काफी खतरनाक होती हैं। हर कोई दूध में होने वाली मिलावट को लेकर परेशान है। लेकिन सही जानकारी न होने से वो सिंथेटिक या मिलावटी दूध और शुद्ध दूध के बीच पहचान नहीं कर पाते हैं।

मिलावट, उसकी जाँच व दुष्परिणाम

नकली दूध कैसे तैयार होता है–

इन तीन तरीकों से तैयार होता है नकली दूध–

1. दूध में खराब पानी मिलाकर।
2. दूध में स्टार्च, यूरिया जैसे नुकसानदेह केमिकल मिलाकर।
3. सिंथेटिक और दूसरी चीजों से केमिकल दूध तैयार करना।

थोड़े से दूध में पहले जमकर लिक्विड वॉशिंग फैब्रिक डाला जाता है। इससे दूध की मात्रा बढ़ती है और उसमें फेन आता है। इसके बाद नकली दूध के कनस्तर में नकली रिफाइंड ऑयल मिलाया जाता है। ये नकली दूध को जरूरी चिकनाहट देता है। इसके बाद आधे घंटे तक दूध को फेटा जाता है, उसे घोंटा जाता है ताकि तेल और डिटरजेंट दूध में अच्छी तरह मिल जाएं। इसके बाद नल का पानी लेकर उस सिंथेटिक दूध में मिला दिया जाता है और सिंथेटिक दूध तैयार। इसी दूध को पीने के लिए आसपास के शहरों मे बेचा जाता है। इसी दूध से मिठाई और खोया बनाकर त्यौहारों में बेचा जाता है।

मिलावट की जाँच

- *शुद्धता की जाँच–*
  - दूध की शुद्धता लैक्टोमीटर(Lactometer) से मापी जाती है। इसकी रीडिंग 28 से 32 होनी चाहिए। अगर ये रीडिंग 28 से नीचे जाती है तो पानी की मिलावट शर्तियाँ है।
- *पानी की जाँच–*
  - दूध की बूंद को चिकनी सतह पर गिराएं।
  - अगर बूंद धीरे बहे और सफेद निशान छोड़े तो शुद्ध दूध है।
  - मिलावटी दूध की बूंद बिना निशान छोड़े तेजी से बह जाएगी।
- *स्टार्च की जाँच–*
  - आयोडीन की कुछ बूंदें दूध में मिलाएं।
  - मिलाने पर मिश्रण का रंग नीला हो जाएगा।
- *यूरिया की जाँच–*
  - टेस्ट ट्यूब में थोड़ा दूध और सोयाबीन या अरहर पाउडर मिलाएं।
  - पांच मिनट बाद लाल लिटमस पेपर इसमें डुबोएं।
  - अगर पेपर का रंग नीला हो जाए तो यूरिया मिला है।
- *वनस्पति तेल की जाँच–*
  - 3 ml दूध में हाइड्रोक्लोरिक एसिड की 10 बूंद मिलाएं।
  - एक चम्मच चीनी मिलाने के पांच मिनट बाद लाल रंग हो जाएगा।
- *फॉर्मेलिन की जाँच–*
  - 10 ml दूध में 5 उस सल्फ्यूरिक एसिड मिलाएं।
  - बैंगनी रंग की रिंग का बनना फॉर्मेलिन होने का संकेत।
  - दूध लंबे समय तक ठीक रखने के लिए फॉर्मेलिन मिलाते हैं।
- *सिंथेटिक दूध की जाँच–*
  - सिंथेटिक दूध स्वाद में कड़वा लगता है।
  - उंगलियों के बीच रगड़ने पर साबुन जैसा चिकनापन लगता है।
  - गर्म करने पर पीला पड़ जाता है।

दुष्परिणाम–

कोलेस्ट्रोल बढ़ना, मधूमेह, धमनी रोग, गंदे पानी द्वारा होने वाली बीमारी, दाँतो को नुकसान, ज्यादा स्टार्च खाने से मोटापा, फेफड़े पर दुष्प्रभाव, हृदय रोग , लिवर रोग, पेट में जलन और कैंसर।

❖ ***आइसक्रीम vs फ्रोजन डेर्जट*** – सर्दी हो या गर्मी आइसक्रीम सबकी पंसद है। बच्चों से लेकर बूढ़े भी इसे बड़े चाव से खाते हैं, और इस परम्परा सी बन गयी है कि किसी भी छोटे से छोटे कार्यक्रम में भी आइसक्रीम रखी जाने लगी है। हर गली, मुहल्ले में आइसक्रीम धड़्ड़ले से बिक रही है तो आपकी सेहत के साथ खिलवाड़। बच्चें जैसे ही कुल्फी, आइसक्रीम

का नाम सुनते है उन्हें दिला दिया जाता है और यह जानने की भी कभी कोशिश भी नहीं की जाती है कि ये कैसे बनी है ये सेहत के लिए नुकसानदेय है कि नहीं।

मिलावट– लोकल आइसक्रीम में मिलावटखोर आरारोट, चावल का आटा, सस्ता वाला स्किन पाउडर, हानिकारक कलर, गंदा पानी मिलाते है। आइसक्रीम फैक्ट्रियों में गंदगी के चलते भी आइसक्रीम की गुणवत्ता प्रभावित होती है। इसमें सिघांड़े का आटा, सैकरीन, सफेद ब्लोटिंग पेपर की कतरन आदि धड़ल्लें से मिलाया जा रहा है।

आजकल एक तरह की मिलावट और चली है अर्थात् इस आइसक्रीम की जगह और कुछ भी हो सकता है। जी हाँ, जिसे आप आइसक्रीम समझकर खाते हैं वो **"दरअसल आइसक्रीम नहीं, फ्रोजन डेजर्ट"** हो सकती है। आपको ये सुनकर थोड़ा अजीब लगे, लेकिन यह बात सच है कि फ्रोजन डेजर्ट और आइसक्रीम दोनों अलग–अलग चीजें होती हैं, ज्यादातर लोगों की इसकी जानकारी नहीं होती।

आइसक्रीम और फ्रोजन डेजर्ट में अंतर– आइसक्रीम और फ्रोजन डेजर्ट में इसमें डाली जाने वाली चीजों की वजह से अंतर होता है। दरअसल फ्रोजन डेजर्ट वेटिजेबल फैट से बनाया जाता है जबकि आइसक्रीम दूध या क्रीम से जो कि डेयरी फैट है। ज्यादातर ब्रांड पैक के कोने में छोटा सा लिख देते हैं, फ्रोजन डेजर्ट। हालांकि ये इतना छोटा होता है कि एक बार में तो दिखाई ही नहीं देता। अगर इन दोनों में पाई जाने वाली कैलोरी और फैट की बात करें तो फ्रोजन डेजर्ट में 20 किलोकैलोरी एनर्जी होती है जबकि 10.5 ग्राम फैट होता है और 5.8 ग्राम सैचुरेटिड फैड होता है। वहीं आइसक्रीम में 219 किलोकैलोरी एनर्जी होती है और 13ग्राम फैट होता है और 8.5 ग्राम सैचुरेटिड फैट होता है। हालांकि डॉक्टर्स का कहना है कि कि फ्रोजन डेजर्ट नैचुरली कॉलेस्ट्रॉल फ्री होते हैं क्योंकि वेजिटेबल फैट में कॉलेस्ट्रॉल नहीं होता।

मिलावट, उसकी जाँच व दुष्परिणाम

- फ्रोजन डेजर्ट भूल कर भी न खायें क्योंकि ये आइसक्रीम के नाम पर जमा हुआ तेल है, डालडा व वनस्पति घी है, सेहत के लिए हानिकारक है।
- अमूल की आइसक्रीम जिसके पीछे आइसक्रीम लिखा हुआ है। जबकि क्वालिटी वॉल्स की आइसक्रीम जिसके पीछे फ्रोजन डेजर्ट लिखा हुआ है।

दुष्परिणाम– मिलावटी आइसक्रीम खाने से पाचन सम्बन्धी बीमारियां हो जाती हैं, इन्फेक्शन हो जाने पर उल्टियां, दस्त होते है। फ्रोजन डेजर्ट से कैंसर जैसी असाध्य बिमारी होने का डर है।

❖ ***साबुन–*** हमारे रोजाना के इस्तेमाल में होने वाली चीजो में नहाने के साबुन का महत्वपूर्ण स्थान है। लक्स, लाइफबॉय, मैडीमिक्स, संतूर, डेटोल, पर्सोना, जॉनसन बेबी सोप,

हमाम ये सभी टॉयलेट सोप है। इनको परखने वाला मापदंड TFM (total fatty matter) है। जो कि साबुन के लिफाफे पर अंकित होता है। साबुन का TFM जितना ज्यादा होगा वह उतना ही हमारी त्वचा कि नमी को बनाये रखेगा। TFM % में अंकित होता है। अगर आप कम TFM वाला साबुन उपयोग कर रहे है तो आपने देखा होगा कि साबुन से हाथ धोने या नहाने के बाद त्वचा सूखी हो जाती है। 75% से ज्यादा TFM वाला साबुन उपयोग में लाना अच्छा रहेगा। डब, पियर्स बाथिंग सोप है। जिन पर TFM अंकित नहीं होता। इनका उपयोग वो लोग करे जिनकी त्वचा बहुत ज्यादा रूखी हो। कुछ साबुनों में पाउडर भी पड़ा होता है जिसका उपयोग साबुन का भार बढ़ाने में होता है। आपने देखा होगा कुछ साबुन पतले होने पर टूट जाते है, ऐसे साबुनों के टूटने के बारे में आपको समझ जाना चाहिए। जिन टॉयलेट सोप में TFM 75% से अधिक हो ही प्रयोग करने चाहिए।

मिलावट, उसकी जाँच व दुष्परिणाम

- **अच्छे साबुन की विशेषताएं–**
  - उनमें स्वतंत्र क्षार नहीं होते है।
  - इस्तेमाल करते समय चटकते नहीं है।
  - अल्कोहल में पूरी तरह घुल जाते है।
  - नमी की मात्रा 10% से अधिक नहीं होती।
- **साबुन की श्रेणियां–** स्नान के लिए प्रयोग किये जाने वाले साबुन को उसमें समाहित TFM के आधार पर अलग अलग श्रेणियों में बांटा गया है और मोटे तौर पर कहा जाए तो किसी साबुन में जितना ज्यादा TFM का प्रतिशत, वह उतना ही बढ़िया साबुन. निर्धारित मानदंडों के अनुसार, भारतीय मानक ब्यूरो (Bureau of Indian स्टैंडर्ड्स –BIS) द्वारा मुख्यतः साबुन को दो वर्गों में बांटा गया है बाथिंग सोप और टॉयलेट सोप और टॉयलेट सोप वर्ग वाले साबुन को तीन श्रेणियों में वर्गीकृत किया गया है. ग्रेड 1, ग्रेड 2 और ग्रेड 3।

76ः या अधिक TFM युक्त साबुन को ग्रेड 1 में रखा गया है। 70 से 76% TFM वाले साबुन को ग्रेड 2 और 60 से 70% वाले TFM युक्त साबुन को ग्रेड 3 के रूप में वर्गीकृत किया गया है।

ग्रेड 1 साबुन, त्वचा पर कोमल होने के साथ साथ उच्च सफाई क्षमता प्रदान करते हैं। इसके अलावा, ग्रेड 2, 3 वाले साबुन द्वारा झाग भी कम पैदा होता है। यह कंपनियों के लिये कम लागत पर अधिक लाभ का गणित है।

तालिका 5.5 साबुनों की लिस्ट

Sr.no.	Soap Name	TFM (%)	Grade
1	Mysore Sandal	80	1
2	Doy Care Crème Soap	80	1
3	Cinthol Original	79	1
4	Johnsons Baby Soap	78	1
5	Nivea Crème Soap	78	1
6	Superia Silk	76	1
7	Park Avenue	76	1
8	Godrej No.1	76	1
9	Godrej Fair Glow	76	1
10	Yardley	76	1
11	Vivel	73	2
12	Liril 2000 with Tea Tree Oil	73	2
13	Santoor	72	2
14	Lux International	72	2
15	Margo	71	2
16	Dettol Original	71	2
17	Lux	70	2
18	Rexona	70	2
19	Hamam	68	3
20	Chandrika Original	65	3
21	Medimix	60	3
22	Lifebuoy	60	3

अतः सदैव TFM देख कर ही साबुन खरीदें।

- **दुष्परिणाम** – त्वचा में दाने, खुजली, दरारें आदि।

❖ ***चाँदी का वर्क–*** हम अक्सर दुकान से मिठाईयां खरीद के लाते हैं और वहीं मिठाईयां पसंद करते हैं जिन पर चांदी का वर्क चढ़ा हुआ होता हैं। ऐसा माना जाता है कि ज्यादा मीठा हमारी सेहत के लिए हानिकारक होता है। इसलिए अगर इसमें चांदी का वर्क लगा हो तो हमारे शरीर मे संतुलन बना रहता है। मिलावट के इस जमाने में कुछ भी शुद्ध नहीं है। उसमें भी चांदी और सोने जैसी धातुओं में मिलावट तो आम बात है। चांदी के वर्क की शुद्धता उसके उत्पादन पर निर्भर होती है। कई उत्पादक चांदी की जगह एल्यूमीनियम का यूज करते है। इसके अलावा इसे तैयार करते वक्त साफ–सफाई का भी ध्यान बिलकुल नहीं रखा जाता। ऐसी स्थिति में अगर हम नकली चांदी से सजी मिठाइयां खाते हैं तो वे हमारे लिए कितनी सेहतमंद होगी या नुकसानदायक ये हमें तय करना है।

❖ **मिलावट, उसकी जाँच व दुष्परिणाम**

मिलावट–

चाँदी की जगह एल्युमीनियम का प्रयोग हो रहा है। एल्यूमीनियम शरीर में पहुंचने पर जहर का काम करता है। यह एक बार शरीर में जाने पर न घुलता है और न ही बाहर निकलता है। बाजार में उपलब्ध चांदी के वर्क में निकल, लेड, क्रोमियम और कैडमियम बहुतायत मात्रा में पाया जाता है। इसको खाने से कैंसर जैसे घातक रोग हो सकता है।

बनाने का तरीका– चाँदी वर्क बनाने के लिए चांदी को पशुओं की अति लचीली आंतों के बीच रख कर पीट – पीट कर एक चादर में ढाला जाता है और इसकी मोटाई मात्र कुछ माइक्रोमीटर ही रह जाती है। इसे सहेजने के लिए इसे कागज की परतों के बीच रखा जाता है और इसे उपयोग से पहले इन कागजों मे से निकाला जाता है। यह बहुत ही नाजुक होता है और छूने पर छोटे छोटे टुकड़ों में टूट जाता है। क्योंकि वर्क बनाने के लिए चांदी को पशुओं की अति लचीली आंतों के बीच रख कर पीटा जाता है और इन आंतों का कुछ हिस्सा इस वर्क का भी हिस्सा बन जाता है इसलिए, वर्क एक तरह से एक मांसाहारी उत्पाद है।

जाँच–

- अगर मिठाई को हाथ में मलने पर वर्क कई टुकडे में टूटता है तो वो चांदी का वर्क है।
- अगर रोल बनकर उंगुली में लिपट जाता है तो एल्युमिनियम का वर्क है।

दुष्परिणाम– लीवर और किडनी के डैमेज होने का खतरा रहता है। जरूरत से ज्यादा हर चीज शरीर के बुरी होती है, इसलिए अगर आप एक चुटकी से अधिक चांदी का सेवन करते हैं तो ये आपके लिए हानिकारक भी हो सकती है। ये चांदी धीरे–धीरे आपके शरीर में जमा होने लगता है और विषैले पदार्थ बनाता है, जिसकी वजह से आप बीमार भी हो जाते हैं। इसकी वजह से फेफड़े में घाव, पेट में दर्द जैसी प्रॉब्लम भी हो सकती है।

- ***ड्राई फ्रूट्स*–** सूखे मेवे या ड्राईफ्रूट्स को भले ही स्वास्थ्य के लिए बहुत फायदेमंद माना जाता है, यह दिमाग के लिए टॉनिक का काम भी करता है, लेकिन क्या आपको पता है इसके नुकसान भी होते हैं। सूखे मेवों की तासीर गर्म होती है इसलिए इन्हें भिगोकर खाया जाना चाहिए। लेकिन ध्यान रहे कि जिस पानी में आपने इन्हें भिगोया है उस पानी का प्रयोग दोबारा न करें क्योंकि इसमें छिलके की ऊपरी परत पर मौजूद दूषित कण शेष रह जाते हैं।
- **कैसे बनाता है मिलावटी मेवा (ड्राई फ्रूट्स)–** अधिक मुनाफा कमाने के लिए सेलर्स ड्राई फ्रूट्स को **एसिटिक एसिड** या सिट्रिक एसिड में डाल के एक या दो दिन के लिए छोड़ देते है जिससे मेवा फूल के साइज में बड़ा और चमकीला हो जाता है। क्योंकि एसिटिक या सिट्रिक एसिड प्रेसेर्वटिवे की तरह काम करते है इसलिए ये लंबे समय तक खराब नहीं होते। लेकिन ये हानिकारक केमिकल हमारी शरीर को बहुत नुकसान पहुँचाता है।

प्रमुख मेवें–

■ **काजू–** भारत सरकार की सरकार ने 33 विभिन्न ग्रेड काजू को निर्धारित किया है। केवल 26 ग्रेड वाणिज्यिक रूप से उपलब्ध हैं और निर्यात किए जाते हैं।

काजू के प्रकार

W–180, ये आकार में बड़ा और मंहगा होता है, इसे **“काजू का राजा”** कहते है।
W–210, यह बहुत ही लोकप्रिय है, इसे **“जंबों काजू”** के नाम से जाना जाता है।
W–240, यह उचित कीमत का होता है।
W –2020, यह सबसे ज्यादा प्रयोग होता है, यह सारे संसार में उपलब्ध है।
W–450, ये सबसे छोटे और सबसे सस्ते काजू होते है।

काजू की श्रेणियां–

काजू को 3 श्रेणियों में विभाजित किया गया है–

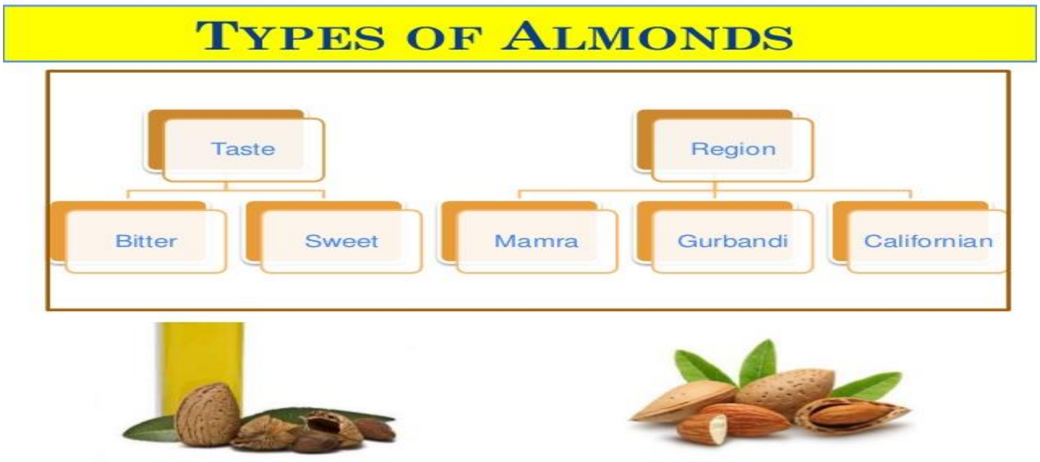
W– पूरा काजू
S– विभाजित काजू
B– टूटा काजू

- **परहेज–** काजू ज्यादा न खाएं। इससे खुश्की और खांसी हो सकती है। ज्यादा काजू खाने से एसिडिटी की दिक्कत हो जाती है।

- **बादाम–** बाजार में केमिकल से चमकी हुई बादाम धड़ल्ले से बिक रही है। कई व्यापारी इस मिलावटी धंधे में शामिल है, जो ग्राहकों को केमिकल पॉलिश वाली बादाम बेच रहे हैं। इस तरह की चमकी हुई बादाम खासतौर से ग्रामीण क्षेत्र के ग्राहकों द्वारा ज्यादा पसंद की जाती है।

बादाम के किस्में–

बादाम की दो जातियां होती हैं एक कड़वी तथा दूसरी मीठी। जिसमें से मीठा बादाम वह किस्म है जिसे लोग एक खाद्य उत्पाद के रूप में सीधे प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से खाते हैं। कड़वा बादाम मीठे बादाम से थोडा छोटा व चौडा होता है यह मुख्य रूप से बादाम तेल निकालने के काम आता है तथा इसे खाद्य के रूप में उपयोग नहीं किया जाता है क्योंकि यह विषैला होता है। कड़वी बादाम हमें उपयोग में नहीं लानी चाहिए क्योंकि यह शरीर के लिए हानिकारक होती है।



चित्र 5.6 बादाम के प्रकार

गुलबन्दी बादाम vs कैलीफोर्नियां बादाम vs मामरा बादाम–

भारतीय बाजार में प्रमुख 3 बादाम उपलब्ध है–

मामरा बादाम

गुलबन्दी बादाम

कैलीफोर्नियां बादाम

✓कैलीफोर्नियां बादाम में उच्च प्रोटीन (40.82) और मामरा बादाम में प्रोटीन (17.29) होता है।

✓कैलीफोर्नियां बादाम में ओमेगा 3 विटामिन (0.11) और मामरा बादाम में (शून्य) होता है।

✓कैलीफोर्नियां बादाम में फैट (40.56) और मामरा बादाम में फैट (तेल) (75.50) होता है।

✓मामरा बादाम में मिठास (10.96) और कैलीफोर्नियां बादाम (4.55) होती है।

✓मामरा बादाम में उच्च कार्बोहाइड्रेट (40.05) और कैलीफोर्नियां बादाम (10.26) होता है।

✓मामरा बादाम में उच्च कैलोरी (753) और कैलीफोर्नियां बादाम में (234) होती है।

- मामरा बादाम प्राकृतिक है इसमें रसायनों का प्रयोग नहीं किया जाता है।
- कैलिफोर्नियां बादाम रासायनिक प्रसंस्करण से गुजरते है और इन्हें पाश्चराइज्ड किया जाता, अधिक ताप से इससे तेल निकल जाता है।
- गुरबन्दी बादाम को छोटा गिरी भी बोलते है, यह फाइटोकेमिकल्स जैसे पोषक तत्वों से समृद्ध होता है कुछ बादाम कड़वें भी होते है, इसलिए इसका प्रयोग दवायें, तेल और सौंदर्य प्रसाधनों में प्रमुख घटक के रुप में करते है।

- **पहचान–** मामरा बादाम को तवे में डालने पर वह तेल छोडता है और कैलिफोर्नियां बादाम नहीं।
- **परहेज–** बादाम के वैसे नुकसान नहीं है, परन्तु अगर अधिक मात्रा में खाए जाएँ, तो अवश्य इनके सेवन से नुकसान हो सकता है।
- अत्यधिक सेवन से कब्ज ओर पेट में सूजन हो सकती है।
- बादाम में विटामिन E भरपूर होता है, अतिरिक्त विटामिन E लेने से दस्त, पेट फूलना, दृष्टि का साफ न होना, सिर में दर्द और चक्कर आना और सुस्ती होने लगती है।
- कड़वे बादाम में हाइड्रोसायनिक एसिड होते है, जो तंत्रिका तंत्र को मंदा कर देते है और सांस लेने की समस्या भी उत्पन्न हो जाती है।
- कुछ लोगों को बादाम से एलर्जी भी होती है जैसे– चकत्ते, लाल फुड़ियां।
- पित्ताशय और गुर्दे से सम्बन्धित कोई विकार हो तो बादाम का सेवन नहीं करना चाहिए।
- **किशमिश–** धूप में अंगूर सूखने पर किशमिश बनता है। यह सूखा फल है। इसमें कोई संदेह नहीं कि किशमिश सभी ड्राई फलों में मीठा है। इसमें उच्च मात्रा में चीनी रहता है और लंबे समय तक संरक्षित करके रखा जा सकता है।

किशमिश के प्रकार

रेजिन को साधारणतः हमारे यहाँ किशमिश के नाम से जाना जाता है जो चार प्रकार में पाया जाता है।

1. काला वाले को द्राक्ष या मुन्वका कहते हैं।
2. सुनहरे किशमिश सफेद मस्कर अंगूर से बनता है जो धूप में सुखाने की जगह ओवन में सुखाया जाता है।
3. सुल्ताना तीसरा प्रकार है जो बीजरहित पीले अंगूर से बनता है और आमतौर पर अन्य किस्मों की तुलना में नरम और मीठा होता है।
4. चौथा प्रकार करन्ट होता है जो काले अंगूर से बनता है। यह छोटा, बीजरहित और मीठा होता है।

- फिर बिना बीज का और बीज वाले प्रकार आते हैं। बीजरहित किशमिश बीजरहित अंगूर से बनते हैं। बीज वाले किशमिश साधारणतः बीज वाले अंगूर से बनते हैं लेकिन बीज को सूखाने के पहले या बाद में निकाल दिया जाता है। दोनों को साधारणतः एक दूसरे से बदला नहीं जा सकता है क्योंकि दोनों का स्वाद बिल्कुल अलग होता है।
- **मिलावट–** वर्जित हरा रंग, गंधक का धुआं, केमिकल इत्यादि।
- **पहचान–** ज्यादा सूखी व हरी किशमिशों का प्रयोग न करें, पानी में डालनें पर हरा रंग या कत्थई रंग निकलना, तलने पर धुआं होना।
- **परहेज–** किशमिश में कार्बोहाइड्रेट(Carbohydrate) की मात्रा बहुत अधिक (77.3%) होती है, इसलिए डायबिटीज के रोगियों को इसका सेवन नहीं करना चाहिए। किशमिश दस्तावर होती है, इसलिए अतिसार रोगियों को किशमिश के सेवन से बचना चाहिए। इसकी तासीर

भी गर्म होती है, इसलिए उन बच्चों के लिए भी किशमिश का सेवन हानिकारक है जो ग्रीष्म और वर्षा ऋतु में फोड़े–फुन्सी के शिकार हो जाते हैं। मिलावटी किशमिश किडनी पर असर करती है।

- **केसर–** असली केसर नमी युक्त होता है कुरकरा व सूखा नहीं होता है।



चित्र 5.7 – केसर

मिलावट– पीली मूंज का कतरन, मक्के के पीले रेशे।

जाँच–

- असली केसर के रेशे टूटते नहीं है।
- मक्के के पीले रेशे भगवा चीनी में रंगें जाते है।
- गर्म दूध या पानी में भगवा रंग देकर एक धागा बचना नकली केसर है।

- **पिस्ता–** हरा रंग का थोड़ा नमकीन स्वाद का होता है छिकलें वाला पिस्ता असली होता है।

मिलावट– स्वादिष्ट बनाने के स्वीटनर और चमकीला बनाना के लिए Malachite ग्रीन नामक केमिकल का प्रयोग करते है।

जाँच– 100ml खौलते पानी में 10 gm पिस्ता डालें यदि हरा रंग आये तो केमिकल का प्रयोग किया गया है।

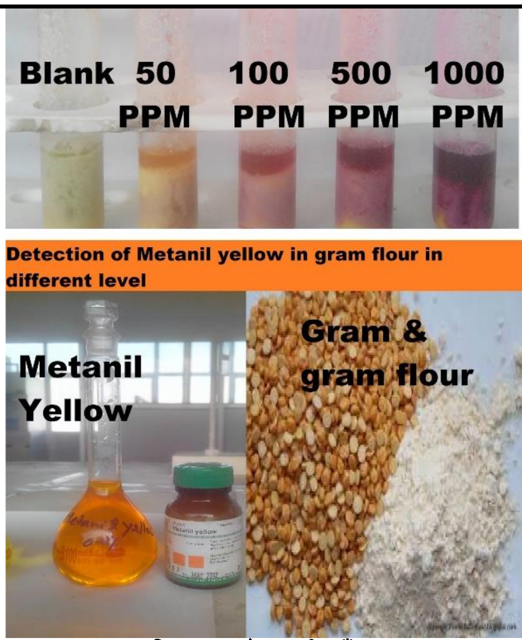
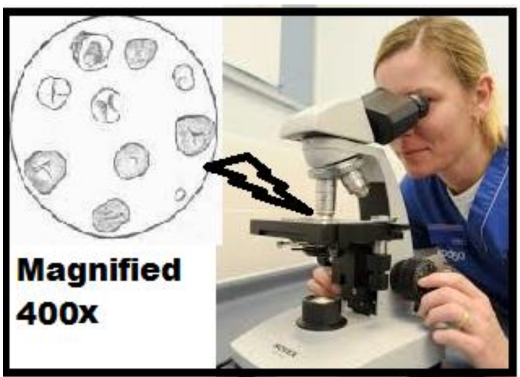
तालिका 5.2 : मेवों में मिलावट, जाँच व दुष्परिणाम

मेवें का नाम	मिलावट	जाँच
छुआरा	हानिकारक केमिकलस की पॉलिश, वर्जित पीले रंग की कोड़िगं।	हाथ से मसलने पर पॉलिश के सफेद अंश हाथ में आ जाते है। कुनकुने पानी में डालने पर पीला रंग छोड़ना। रात में फूलने को ड़ालने पर मुलायम न होना। **दुष्परिणाम–**शुगर लेवल बढ़ जाता है, एलर्जी भी हो जाती है।
चिरौंजी	पॉलिश करके चमकदार बनाया जाता है।	जल्दी खराब हो जाना, पानी मे डालने पर सतह पर बुलबुले दिखायी देते है तो वह मिलावटी चिरौंजी है। **दुष्परिणाम–**कम भूख लगना, रात में सोते–सोते पेशाब का अनुभव होना।

कच्चा नारियल	पानी निकालकर दूषित पानी भर देना	असली पानी में थोड़ा नमकीनपन व कसैलापन होता है। **दुष्परिणाम**—गन्दे पानी से होने वाली बिमारियां।
नारियल गोला	मोम की पर्त चढ़ा दी जाती है। कच्चे नारियल का पानी शुखा कर बेचना।	सतह पर पानी न ठहरना। **दुष्परिणाम**—पेट सम्बन्धी बीमारियां।
नारियल बुरादा	लकडी का बुरादा, ब्लोटिंग कागज की कटिंग, मोम का बुरादा।	दही या पानी में पूरी तरह मिक्स न होना। **दुष्परिणाम**—पाचन सम्बन्धी बिमारियां।
अखरोट	पाश्चराइड करके तेल निकाल लिया जाता है	ज्यादा खाने से अपच की शिकायत हो जाती है।

तालिका—5.3 दैनिक उपभोग के खाद्य पदार्थ व मसालें

खाद्य पदार्थ/मसालें	मिलावटी पदार्थ/सामग्री	जाँच व स्वास्थ्य पर प्रभाव
आटा/मैदा	इसमें रेत, चॉक पाउडर, सस्ते आटा आदि मिलाया जाता है।	अगर आटा गूथंनें में पानी अधिक लगता हो, रोटियां अच्छी तरह फूलती है और स्वाद मीठा हो तो शुद्ध है। **प्रभाव**—पाचन तंत्र पर बुरा असर
बेसन	मेटानिल येलो, यह बेहद ही जहरीला रंग है जो पूरे एशिया में खाद्य पदार्थो को चमकीला रंग देने के लिए प्रयोग किया जाता है, मक्के का आटा/स्टार्च	लगभग आधा चम्मच बेसन एक परखनली में ले। फिर उसमे 3 मिली अल्कोहल डालें और हिलाते हुए मिलाये। फिर 10 बूंद हाइड्रोक्लोरिक एसिड डाले। यदि गुलाबी रंग आता है तो बेसन में मेटानिल येलो मिला हुआ है। इस प्रयोग से आप 50 ppm तक मेटानिल येलो का पता कर सकते है।

		 चित्र 5.8 : बेसन की जाँच लगभग एक ग्राम सैंपल एक परखनली में ले और उसमे 50 मिली पानी डाले। 10 मिनट के लिए रख दे। उसमे से एक बून्द, माइक्रोस्कोपिक स्लाइड पर डाले और कवर स्लिप से प्रेस करें। फिर उसे माइक्रोस्कोप में देखे।  चित्र 5.9 : बेसन में स्टार्च की मिलावट चित्र के अनुसार मक्के के स्टार्च मिलाये यदि चित्र से मिले तो उसमे मक्के का आटा मिला हुआ है।
हल्दी पाउडर	पीला रंग, रंगा हुआ बुरादा, चॉक पाउडर	एक पूरा चम्मच हल्दी पाउडर एक परखनली में डाले। फिर उसमे उतना ही कॉन्संट्रेटेड हाइड्रोक्लोरिक एसिड (Concentrated HCL) डाले। यदि गुलाबी रंग आये तो उसमें पानी डालें, पानी डालने पर भी यदि गुलाबी रंग बना रहा तो इसका मतलब है की हल्दी पाउडर में रंगा हुआ बुरादा मिला

		है। एक चम्मच हल्दी पाउडर लगभग 25 मिली पानी में डाले। यदि उसमें से बुलबुले निकले तो उसमे चाक पाउडर मिला है। **प्रभाव**—कैंसर, पाचन तंत्र, यकृत व गुर्दे प्रभावित।
खड़ी हल्दी	ज्यादा चमकीला बनाने के लिए लेड क्रोमेट का प्रयोग करना।	एक गिलास पानी में खड़ी हल्दी डाले। हल्दी डालते ही पानी का रंग पीला हो जाता है। तो उसमे लेड क्रोमैट मिला हुआ है। **प्रभाव**—कैंसर,शरीर में जहर बनना, जनन छमता में कमी, हृदय विकार, त्वचा रोग।
लाल मिर्च	सेलखड़ी, लाल मिट्टी, ईट का चूर्ण	एक चम्मच मिर्च पाउडर को पानी भरे ग्लास में डालें। पानी रंगीन हो जाता है, तो मिर्च पाउडर मिलावटी है। उसमें ईंट या बालू का चूर्ण होगा, तो वह पेंदी में बैठ जाएगा। अगर सफेद रंग का झाग दिखे, तो उसमें सेलखड़ी की मिलावट है। **प्रभाव**—यकृत, गुर्दे, तिल्ली प्रभावित
काली मिर्च	पपीते के बीज, केरोसीन का तेल या मिनरल ऑयल की पर्त चढ़ा देना इसमें चमक आ जाती है।	काली मिर्च को पानी में डाल दें यदि पपीते के बीज हैं तो वह पानी में तैर जायेंगें और काली मिर्च डूब जायेगी। यदि काली मिर्च पर मिनरल आयल, यानी केरोसिन या मशीन में डालने वाले तेल की परत चढ़ी होगी तो उसमे से उस आयल की महक आएगी। **प्रभाव**—पेट सम्बन्धी बिमारी
नमक	मिट्टी/रेत, वाइट पाउडर स्टोन या शैलक्री।	नमक की कुछ मात्रा लेकर काँच के साफ गिलास में पानी लेकर घोल लें तथा कुछ समय के लिए उसे स्थिर रहने दें, इसके बाद यदि गिलास की तली में रेत या मिट्टी बैठ जाए तो समझ लेना चाहिए कि नमक में मिलावट है। पानी में एक चम्मच नमक मिलाएं। नमक से पानी का रंग सफेद नहीं होता। मिलावट होने पर पानी का रंग सफेद होगा। बाकी मिलावट नीचे

		सतह पर रह जाएगी। **प्रभाव**–गलें सम्बन्धी बिमारी
चाय पत्ती	लौह चूर्ण/रंग	चाय पत्ती की शुद्धता की जांच के लिए चीनी–मिट्टी के किसी बरतन या शीशे के प्लेट पर नींबू का रस डालकर उस पर चाय पत्ती का थोड़ा सा बुरादा डाल दें। यदि नींबू के रस का रंग नारंगी या दूसरे रंग का हो जाता है, तो इसमें मिलावट है। यदि चाय पत्ति असली है, तो हरा मिश्रित पीला रंग दिखाई देगा। **प्रभाव**–आहार तंत्र/पाचन तंत्र प्रभावित
शहद	गुड़, खांड की चाशनी या फिर चीनी का घोल  चित्र 5.10 : शहद में मिलावट	रूई के फाहे को शहद में भिगोकर उसे माचिस की तीली से जलाएं। यदि शहद में चीनी और पानी का मिश्रण है, तो रूई का फाहा नहीं जलेगा और यदि शहद शुद्ध है, तो चटक की आवाज के साथ जल उठेगा।  चित्र 5.11 : शहद की जाँच **प्रभाव**–पेट सम्बन्धी बिमारी
धनिया पाउडर	भूसी और लकड़ी का बुरादा	धनिया पाउडर को गरम पानी पर छिड़के। भूसी और बुरादा पानी की सतह पर तैरने लगेगा। **प्रभाव**–पेट सम्बन्धी बिमारी
कॉफी	खजूर/इमली के बीज	कॉफी पाउडर को गीले ब्लॉटिंग पेपर पर छिड़क लें इसके ऊपर पोटेशियम हाइड्रोक्साइड की कुछ बूंदे डालें यदि कॉफी के आस–पास उसका रंग भूरा हो जाय तो समझ लेना चाहिए कि

		उसमें मिलावट है। **प्रभाव**—पेट सम्बन्धी बिमारी
हींग	हींग जैसी ही दूसरी रेजिन, गम अरबिक, चॉक, आटा, सोप स्टोन या स्टार्च मिला देते है।	हींग कपूर की भांति जलता है तो हींग 100% शुद्ध हैं यदि नहीं जलता हैं तो इसका मतलब हींग शुद्ध नहीं है। उसमें आटा या कुछ और मिला हुआ हैं। यदि हींग को साफ पानी में धोने पर यदि हींग का रंग सफेद या दूधिया हो जाये तो हींग शुद्ध होती है। **प्रभाव**—प्रजनन तंत्र प्रभावित होता है।
मावा/पनीर	स्टार्च	मावा में स्टार्च की उपस्थिति को जांचने के लिए इसकी थोड़ी मात्रा में पानी मिलाकर इस मिश्रण को उबालें। फिर इसमें आयोडीन की कुछ बूंदें डालें। यदि नीले रंग की परत दिखे, तो साफ है कि उसमें स्टार्च मौजूद है। **प्रभाव**—स्वास्थ्य पर बुरा प्रभाव
दालचीनी	अमरुद की छाल, चीन की दालचीनी	दालचीनी की छाल पतली और बेलनकार होती है। जोकि पेंसिल या पेन के चारो तरफ लपेटी जा सकती है। दालचीनी की छाल आसानी से टूट जाती है जबकि कैसिया बार्क में ज्यादा ताकत लगती है। दालचीनी हल्के भूरे रंग का होता है जबकि कैसिया बार्क गाड़े लाल रंग की होती है। दालचीनी में तेज खुशबू आती है और कैसिया बार्क में हल्की। **प्रभाव**— कैसिया बार्क यानी चीन के दालचीनी में कौमारिन (Coumarin) की मात्रा ज्यादा होती है जिससे Liver पर प्रभाव पड़ता है।
चीनी	चॉक	एक गिलास पानी में चीनी घोलें। अगर उसमें चाक मिला होगा, तो वह गिलास की तली में बैठ जाएगा। **प्रभाव**—पथरी
सिल्वर फॉल पेपर	एल्यूमीनियम का प्रयोग होता है।	जलाने पर सिल्वर फॉल जल जाता है और सिल्वर रंग के ही कागजी चमकदार बाल के रूप में परिवर्तित हो जाता है, लेकिन एल्यूमिनियम फॉल को

		जलाने पर वह काले रंग की राख में परिवर्तित हो जाता है। **प्रभाव–**कैंसर, स्वास्थ्य पर बुरा प्रभाव
गरम मसाला	लौंग, कालीमिर्च आदि की लकड़ियों का प्रयोग किया जा रहा है।	स्वाद में कसौलापन। **प्रभाव–**स्वास्थ्य पर प्रतिकूल प्रभाव
अचार	फिटकरी का प्रयोग	लगभग 10 ग्राम आचार एक डिश में लेकर जलायें। फिर उसे 100 मिलीलीटर खौलते पानी में घोले और फिल्टर पेपर से फिल्टर करें। फिर उसमें अमोनियम क्लोराइड मिलायें। यदि फिटकरी होगी तो प्रेसिटेट बन जायेगा। **प्रभाव–**फेंफड़ों को डैमेज करती है।
जीरा	कच्चे फुलवाद के बीज, रेत, घास के बीज जो चारकोल पाउडर से रंग दिये जाते है।	इसे जांचने के लिये अपनी हथेलियों पर रगड़ें। अगर वे काले हो जाएं तब समझ लें कि यह मिलावटी है। **प्रभाव–**पथरी
लौंग	तेल निकाल लेना, केरोसीन का तेल या मिनरल ऑयल की पर्त चढ़ा देना इसमें चमक आ जाती है।	तेल निकले हुए लौंग की पहचान उसके छोटे आकार और सिकुड़े होने से होती है। ऐसे लौंग में असली लौंग की अपेक्षा कम खुशबू होती है। यदि काली मिर्च पर मिनरल आयल, यानी केरोसिन या मशीन में डालने वाले तेल की परत चढ़ी होगी तो उसमे से उस आयल की महक आएगी। **प्रभाव–**पेट सम्बन्धी खराबी।

5.2.2 फल व सब्जियां–

हम रोजमर्रा में जो सब्जी (Vegetables) या फल का प्रयोग करते है ये सोच कर कि हम स्वस्थ रहेगें। मगर ये कालाबाजारी के व्यापारी स्लो–पॉइजन फ्रूट (Fruirts) तथा वेजिटेबल(Vegetables) खाने को मजबूर कर रहे हैं।देश में कुछ स्वार्थी और लालची किसान मौत के सौदागर बन चुके हैं। चंद रुपयों के मुनाफे के लिए वे फल और सब्जियों को जहरीला कर रहे हैं। मिलावट का खेल खेत में ही शुरू हो जाता है और मंड़ियों तक जारी रहता है।

जैविक vs रासायनिक फल–सब्जियां

जैविक को ऑर्गेनिक तथा रासायनिक को इनऑर्गेनिक कहते है।

Organic means-

1. "No Chmical, Fertilisers or Pesticides."(webliography-56)
2. "The word "Organic" refers to the way farmers grow and process agricultural products, such as fruits, vegetables, grains, dairy products."(webliography-57)

Inorganic means-

1. "Inorganic Food use Fertilizers and Pesticides during the Producation Process. Additionally, Producers can also modify inorganic food items at a molecular or genetic level."(webliography-58)

जैविक फल–सब्जियों की पहचान–

✓ **दिखावट–** देखने में बदसूरत होते हैं, बनावट एक जैसी नहीं होती, किसी भी प्रकार की चमक और परफेक्ट सेप नहीं होता है।



चित्र 5.12 : जैविक फल–सब्जियों की दिखावट

✓ **आकार–** इनऑर्गेनिक फलों की अपेक्षा आकार में छोटें होते है।



चित्र 5.13 : जैविक फल–सब्जियों का आकार

✓ **सुगंध और स्वाद–** ज्यादा सुगन्धित, स्वाद में अच्छे, न ज्यादा मीठे और न ज्यादा नमकीन।

✓ **बीजदार–** ज्यादा से ज्यादा बीज होते है।



चित्र 5.14 : बीजदार व बिना बीज वाला तरबूज

कीड़े–मकौड़े पाये जाते है– ऑर्गेनिक फलों में कीड़े पाये जाते हैं, जबकि इनऑर्गेनिक में नहीं।



चित्र 5.15 : कीड़े वाली सब्जी

✓ **जीवनकाल–** ऑर्गेनिक फल जल्दी खराब हो जाते है।



चित्र 5.16 : आर्गेनिक केला

✓ **पकना–** ऑर्गेनिक फल जल्दी पक जाते है।

✓ **PLU–** (Price look up) इनका PLU लेबल नं0 9 से शुरु होता है।



चित्र 5.17 : PLU नं0 व मूल्य

✓ **मूल्य–** ये ज्यादा मंहगें होते है।

मिलावट के कारण, तरीके व दुष्परिणाम–

विष से भरी फल और सब्जियाँ से तात्पर्य (Fruits and Vegetables full of Toxic)

विषाक्त फल और सब्जियों से तात्पर्य उन सब्जियों से है जिन्हें लोग कम समय में अधिक मुनाफा पाने के लिए उगाते है। ऐसे फलों और सब्जियों के शीघ्र विकास के लिए उनमें जहरीले इंजेक्शन लगा दिए जाते हैं जिससे उनमें भी वो केमिकल और जहर भर जाता है और जब हम ऐसे फलों या सब्जियों का सेवन करते है तो वो हमारे शरीर में जाकर हमे भी विषाक्त कर देते है। इस तरह शरीर में रोग उत्पन्न होते है। इस तरह देखा जाएँ तो

आज एक मनुष्य ही दुसरे मनुष्य का शत्रु बन चुका है, वो इस तरह मौत बेच रहे है पर उन्हें पैसे के सिवा कुछ और दिखाई ही नहीं देता।

नकली स्वाद और बड़ा आकार देने के लिए

फल और सब्जी न सिर्फ देखने में ताजी लगे बल्कि उनका आकार भी बढ़ा हुआ दिखे, इसके लिए भी खेल किया जाता है। फलों का स्वाद बढ़कर मिले इसके लिए कृ त्रिम रूप से प्रयास किया जाता है। मसलन तरबूज को ज्यादा लाल दिखाने के लिए उसमें केमिकल, रंग और चीनी या सेक्रीन का घोल इंजेक्शन से भरा जाता है।

सब्जियों को जल्द बड़ा करने और चमकीला बनाने के लिए खेत में ही लौकी आदि में ऑक्सीटोसिन का इंजेक्शन लगाया जाता है। वैसे तो इसकी बिक्री प्रतिबंधित है, लेकिन परचून और दवा की दुकानों पर ये मिल जाता है। अगर ये इंजेक्शन लौकी, कद्दू, बैंगन, टमाटर या किसी दूसरी सब्जी में शाम को लगाया जाए तो सुबह तक वह आकार में बढ़ जाती है और उसका रंग भी अधिक चमकीला हो जाता है।



चित्र 5.18 : फलों व सब्जियों में इन्जेक्शन

सब्जियों को ताजा रखने के लिए (To Keep Vegetables Fresh)

हर ग्राहक को ताजी सब्जी ही चाहिए, लेकिन खेती से मंडी फिर बाजार में आते–आते सब्जियों को हर मौसम में लंबा सफर तय करना पड़ता है। ऐसे में हर किसी को हरी सब्जी उपलब्ध करना आसान नहीं है। कुछ लोग सब्जियों को ताजा और हरा बनाएं रखने के लिए उनमे मेलेकाइट ग्रीन (Malachite Green) नाम का रासायन मिला देते है। ये सबसे पहले पाचन तंत्र, फिर लीवर, किडनी और आंतो को नुकसान पहुंचाता है। ये रासायन मुख्य रूप से घीया, पता और तरबूज इत्यादि में प्रयोग किया जाता है।

बासी सब्जियों की होती है रंगाई

मंडियों में सब्जियों को ताजा दिखाने के लिए उनके कलर के अनुसार ही उनकी रंगाई की जाती है। सब्जियों को हरा दिखाने के लिए उसमें हरे रंग का इस्तेमाल सबसे ज्यादा होता है। इसमें कॉपर सल्फेट का प्रयोग किया जाता है। रंगे जाने वाली सब्जियों में आलू, परवल, करेला, भिंडी, बैगन, मटर, बोदी, टमाटर आदि शामिल हैं। मंड़ियों में बड़े व्यापारी नांद में केमिकल डाई घोल कर उसमें सब्जियां डाल देते हैं। सिर्फ कलर ही नहीं, चमक दिखाने के लिए बैंगन, जामुन, शिमला मिर्च आदि पर मोबिल आयल लगा दिया जाता है।

आलू को पीले रंग से रंगकर उसे ताजा दिखाने का प्रयास किया जाता हैं। रंगी हुई सब्जियों के खाने से डायरिया, उल्टी, चक्कर और पेट की कई बीमारियां हो सकती हैं। शरीर में इसकी मात्रा ज्यादा हो जाने पर यह जहर का काम करता है। इससे लोगों की जान भी जा सकती है।



चित्र 5.19 : सब्जियों की रंगाई

गाड़ी वाले स्प्रे से चमकती हैं सब्जियां

बासी सब्जियों को कौड़ियों के दाम खरीदा जाता है, इससे मूल्य भी नहीं निकल पाता है। इस कारण मजबूरी में स्प्रे कर उन्हें चमकीला किया जाता है, जिससे वे ताजी लगने लगती हैं।



चित्र 5.20 : बैंगन में स्प्रे

सेब में मोम की पर्त–

सेब को ज्यादा चमकदार दिखाने के लिए मोम की पर्त चढ़ा दी जाती है।



चित्र 5.21 : सेब पर मोम की पर्त

कैसे पहचान करें

- जो सब्जी अप्राकृतिक रूप से चमकीली दिखे, छूने में तैलीय लगे उसे उपयोग न ही करें तो बेहतर।
- धोने में यदि रंग निकले तो ऐसी सब्जी का इस्तेमाल नहीं करें।

5.3 विद्युत उपकरण व इलेक्ट्रॅानिक सामान–

आज हम चारों तरफ से विद्युत उपकरणों व इलेक्ट्रानिक सामानों से घिरें है, किसी कार्य को करने के लिए मशीनों का प्रयोग करते है जैसे– मनोरंजन के लिए टी0वी0, कपड़े धुलने के लिए वॉशिंग मशीन, कम्प्यूटर, लैपटॉप, इन्टनेट डिवाइस इत्यादि। इनकों खरीदने के लिए हम एक–एक सपने जोड़ते है और एक–एक पाई, यदि इनमें कोई कमी आ जाती है तो पछतातें हैं कि यह क्यों हुआ, क्यों नहीं ब्राण्डेड सामान खरीदा, क्यों लेबल नहीं देखा इत्यादि। अतः एक जागरुक उपभोक्ता के नाते सावधानी व सर्तकता बरतते हुए खरीददारी करनी चाहिए।

5.3.1 ध्यान देने योग्य आवश्यक बातें–

किसी भी इलेक्ट्रॅानिक सामान व विद्युत उपकरण खरीदते समय निम्न आवश्यक बातों का अवश्य ध्यान रखना चाहिए–

1. **Through put व Star rating–** जितने ज्यादा स्टार होंगे, विद्युत उपकरण उतना ज्यादा बिजली की बचत करने वाला होगा। इस बात का भी ध्यान रखना चाहिए कि उसका through put कितना है अर्थात् कोई डिवाइस कितनी अच्छी गुणवत्ता की है उदाहरण के लिए टी0वी की ब्राइटनेस, वॉशिंग मशीन की कपड़े सुखाने की ताकत, मोबाइल में रेडियेशन, आवाज, बैटरी का आउटपुट इत्यादि।
2. **सिक्योरिटी फीचर–**यदि वोल्टेज ज्यादा आ जाता है या कम तो उपकरण को होने वाली हानि से बचाने के लिए उसमें क्या सिक्योरिटी दी गयी है, उसमें वोल्टेज की आवश्यकता है कि नहीं ध्यान देना चाहिए, उसकी गारंटी व वारंटीं का भी ध्यान देना चाहिए, और मिलने वाले गारंटी व वारंटी कार्ड को हिफाजत से रखना चाहिए।
3. **जीवनकाल–** जैसे– बैटरी कितने साल चलेगी, कम्प्यूटर बिना मेन्टीनेंस के कितने साल चलेगा।
4. **वहन क्षमता–** कभी–कभी उपभोक्ता ऐसे उपकरण खरीदता है जो उसकी आवश्यकता को तो पूरा करते है, सस्ते होंते है पर उनको मेन्टेन करने में काफी खर्च हो जाता है जैसे– बैटरी में 6 माह में पानी भरवाना है कि 1 साल में। मोबाइल की बैटरी कितनी चलेगी,

मोबाइल की बैटरी का बैकअप कितना है अर्थात् उसे कितने दिनों तक चार्ज नहीं करना पड़ता इत्यादि।

5. **कम्पनी की श्रेष्ठता–** उदाहरण के लिए HP कम्प्यूटर व लैपटॉप अच्छे बनाती है पर यदि वह वॉशिंग मशीन बनाने लगे और वह अच्छी न हो तो HP कम्पनी देखकर वॉशिंग मशीन न खरीदे बल्कि उपकरण के फीचर देखकर ही सामान खरीदें।

5.3.2 उपकरणों के अनुसार भारतीय ब्राण्डों के नाम–

Indian Mobile Brands:- Micromax Mobile , Intex Mobile , Celkon Mobile , Karbonn Mobile

Indian Laptop Brands:- Micromax Laptop , iBall Laptop , RDP Laptop , HCL Laptop

Indian Headphones Brands:- iBall Headphones , Intex Headphones , Zebronics Headphones

Indian TV Brands:- BPL TV , Intex TV , Micromax TV , Onida TV , Videocon TV

Indian Washing Machine Brands:- IFB Washing Machine , Videocon Washing Machine

Indian Speaker Brands:- iBall Speaker , Intex Speaker , Zebronics Speaker

Indian Watches Brands:- Fastrack Watches , HMT Watches , Titan Watches

5.3.3 गैजेट व स्वास्थ्य–

लेकिन कम्प्यूटर का उपयोग भी हर क्षेत्र में हो रहा है। बच्चों के खेल अब मैदानों पर नहीं, वीडियो गेम पर ही होते हैं, जो एक विशेष तरह के कंप्यूटर ही होते हैं। इसलिए इसे 'कंप्यूटर एडिक्शन' कहें तो ज्यादा ठीक रहेगा। इनकी उपयोगिता को देख कर इन्हें वरदान कहा जाएगा, लेकिन इस वरदान के साथ छिपा हुआ एक श्राप भी है। सावधानी बरत कर आप इस श्राप से बच सकते हैं।

कम्प्यूटर की लत (Addition) का सेहत पर प्रभाव

दिन में पांच घंटे से ज्यादा कम्प्यूटर के सामने बैठने को कम्प्यूटर एडिक्शन कहा जाता है। इसके अनेक हानिकारक प्रभाव हैं, मसलन जीवन शैली में तीव्र बदलाव, शारीरिक सक्रियता कम हो जाना, स्वास्थ्य को नजरअंदाज करना, नींद की कमी या स्लीप पैटर्न बिगड़ जाना, समाज से कट जाना और परिवार और दोस्तों को समय न देना। सेहत पर लैपटॉप के दुष्प्रभाव कम्प्यूटर से काफी अधिक हैं।

लैपटॉप के हानिकारक प्रभाव

लैपटॉप को थोड़ी देर इस्तेमाल करने के लिए बनाया गया था, लेकिन इसका प्रचलन डेस्कटॉप से भी अधिक हो रहा है। लैपटॉप के महत्व और उपयोगिता को नकारा नहीं जा सकता। केवल जरूरत है तो समझदारी से उपयोग की।

गर्दन में दर्द, खिंचाव, पाश्चर का बिगड़ना

लैपटॉप में स्क्रीन और की–बोर्ड काफी नजदीक स्थित होते हैं। इस कारण इस पर काम करने वाले को झुकना पड़ता है। इसे गोद में रख कर इस्तेमाल करने पर गर्दन को झुकाने की आवश्यकता पड़ती है। इससे गर्दन में खिंचाव होता है, जिससे दर्द होता है। कभी–कभी तो डिस्क भी अपनी जगह से खिसक जाती है। लैपटॉप पर ज्यादा समय तक काम करने से शरीर का पॉश्चर बिगड़ जाता है।

अँगुलियों में दर्द और आँखों में जलन, स्पाइन, नर्व व मांसपेशियां

लैपटॉप में की–बोर्ड कम जगह में बनाया जाता है, इसलिए इसमें अंगुलियों को अलग स्थितियों में काम करना पड़ता है। इससे अंगुलियों में दर्द होता है और कई बार अंगुलियां सूज भी जाती हैं। चमकती स्क्रीन पर लगातार घूरने से आंखों में चुभन हो सकती है। आंखें लाल हो जाना, उनमें खुजली होना और धुंधला दिखाई देना कुछ सामान्य समस्याएं हैं। इससे स्पाइन, नर्व सिस्टम में भी दिक्कत आती है।

जीवनकाल कम कर रहा है टीवी

ब्रिटिश जनरल ऑफ स्पोर्ट्स मेडिसिन में प्रकाशित एक लेख के अनुसार 25 साल या उससे अधिक उम्र के लोगों द्वारा हर घंटे देखे गये टीवी से उनका जीवनकाल 22 सेकेंड कम हो जाता है। हर भारतीय एक सप्ताह में औसतन 15–20 घंटे टीवी देखता है। कई शोधों में यह बात सामने आई है कि टीवी के सामने हर रोज दो घंटे बिताने से टाइप 2 डायबिटीज और दिल की बीमारियों का खतरा 20 प्रतिशत बढ़ जाता है।

मोबाइल फोन से कैंसर का खतरा

सेलफोन से निकलने वाले रेडिएशन के स्वास्थ्य पर पड़ने वाले प्रभावों को लेकर लोग चिंतित हैं। सेलफोन से ब्रेन कैंसर का खतरा बढ़ जाता है, लेकिन उससे निकलने वाले रेडिएशन के स्वास्थ्य पर पड़ने वाले प्रभावों को लेकर मतभेद है। वैसे इससे निकलने वाले इलेक्ट्रोमेग्नेटिक रेडिएशन का स्वास्थ्य पर प्रभाव इस बात पर भी निर्भर रहता है कि आप प्रतिदिन कितनी देर तक मोबाइल का इस्तेमाल करते हैं। इन रेडिएशनों के दिल पर पड़ने वाले प्रभावों से बचने के लिए मोबाइल को ऊपर वाली जेब में दिल के पास न रखें, ताकि उसके ऊतकों में यह रेडिएशन अवशोषित न हों। इसके अलावा मस्तिष्क को इसके हानिकारक प्रभाव से बचाने के लिए हैंड्स फ्री का इस्तेमाल करें।

मोबाइल में हेड से संगीत सुनना बना सकता हैं बहरा

मोबाइल फोन का उपयोग संगीत सुनने के लिए भी बढ़ गया है। 85 डेसिबल से अधिक तेज ध्वनि आपकी सुनने की क्षमता को हमेशा के लिए खत्म कर सकती है। हमारी सामान्य बातचीत लगभग 60 डेसिबल की होती है और स्टीरियो हेडफोन से निकलने वाली तरंगें अक्सर 100 डेसिबल तक पहुंच जाती हैं।

5.4 सर्राफा से सम्बन्धित वस्तुयें

भारत में जो एक चीज लोग सबसे ज्यादा चाव से खरीदते हैं वो है गहने। लेकिन गहने खरीदते वक्त उसकी गुणवत्ता यानी क्वालिटी परखने के लिए ज्यादातर लोगों के पास कोई तरीका नहीं होता और दुकानदार पर भरोसा करने के अलावा खरीददारों के पास कोई चारा नहीं होता।

5.4.1 सोना–चाँदी, हीरे के प्रति जागरुकता

भारत का उपभोक्ता मामले मंत्रालय भले ही सोने और चांदी की ज्वैलरी की हॉलमार्किंग को लेकर करोड़ों रुपए लोगों को जागरूक करने में खर्च करता है।पर इसके बावजूद देश में सोने और चांदी की ज्वैलरी पर हॉलमार्किंग ऐच्छिक है। ब्यूरो ऑफ इंडियन स्टैंडर्ड के 409 सेंटर हैं जोकि हॉलमार्किंग को लेकर काम करते हैं। बीआईएस एक्ट 2016 के मुताबिक कीमती आभूषणों पर हॉलमार्किंग अनिवार्य है।

- **खरीदते समय रखी जाने वाली सावधानियां**

खरीदते वक्त जिन दो बातों का आपको खास ख्याल रखना चाहिए उनमें पहली है कि आप जो सोना खरीद रहे हैं वह कितना शुद्ध है और दूसरा सोने के भाव उसी कैरेट के हें या नहीं जिसकी हम ज्वैलरी खरीद रहे। सरल भाषा में समझिए तो हम जितना शुद्ध सोना खरीद रहे हैं भुगतान उसी का कर रहे हैं या नहीं। निम्न पर ध्यान आर्कषति करें–

- सोने की शुद्धता का पहला पैमाना हॉलमार्क का निशान है। सोना खरीदते वक्त हॉलमार्क के निशान वाली ही ज्वैलरी खरीदें। हॉलमार्क सरकारी गारंटी है। हॉलमार्क का निर्धारण भारत की एकमात्र एजेंसी ब्यूरो ऑफ इंडियन स्टैंडर्ड (बीआईएस) करती है। हॉलमार्किंग योजना भारतीय मानक ब्यूरो अधिनियम के तहत गोल्ड संचालन, नियम और विनियम का काम करती है।
- इन तीन अंकों के आधार पर सोने की शुद्धता पता करने के लिए आपको इस तरह की कोई सीरीज याद रखने की जरुरत नहीं है। इसको निकालने का सूत्र बड़ा ही साधारण है। **मान लीजिए आपको 22 कैरेट सोने पर पड़ा नंबर ज्ञात करना है तो आप 22 को 24 से भाग देकर उसको 100 से गुणा कर दें। इससे आपको 22 कैरेट सोने पर पड़ने वाला अंक ज्ञात हो जाएगा। 22/24X100 = 916 । इसी नियम का प्रयोग करके आप सोने की शुद्धता के आधार पर पड़ा नंबर जान सकते हैं।**
- असली सोना 24 कैरेट का ही होता है, लेकिन इसके अभूषण नहीं बनते, क्योंकि वो बेहद मुलायम होता है। आम तौर पर आभूषणों के लिए 22 कैरेट सोने का इस्तेमाल किया जाता है, जिसमें 91.66 फीसद शुद्ध सोना होता है। कई बार ग्राहक जानकारी के अभाव में गलती से 22 कैरेट वाली सोने की ज्वैलरी के बदले 24 कैरेट का दाम दे आते हैं।
- अब आप हालमार्क का निशान और नंबर देखकर आप यह ज्ञात कर सकते हैं कि आपकी ज्वैलरी में कितने फीसदी शुद्ध सोना इस्तेमाल हुआ। सोने की कीमत का निर्धारण भी उसी हिसाब से करें। जैसे 24 कैरेट सोने का रेट अखबार पर 27000 है। अब अगर आप बाजार में सोने की ज्वैलरी खरीदने जाते हैं तो मेकिंग चार्ज हटाकर आपकी ज्वैलरी की असली कीमत (27000/24)X22=24750 रुपए होगी। जबकि सुनार कई बार आपको 22 कैरेट सोना 27000 में ही देता है। यानी आप 22 कैरेट सोना 24 कैरेट सोने के दाम पर खरीद रहे हैं। इसी 18 कैरेट सोने की कीमत 27000/24x18=20250 होगी। कई बार ज्वैलर्स 18 कैरेट वाली ज्वैलरी पर 22 या 24 कैरेट के भाव लगाकर साथ में बड़े बड़े ऑफर्स का लालच देते हैं।

○ सिक्का या ज्वैलरी खरीदते वक्त कच्ची पर्चियां लेने का ट्रेंड है। लेकिन यह गलत है। कई बार वापसी के वक्त ज्वैलर खुद ही अपनी कच्ची पर्ची नहीं पहचानते, इसलिए पक्का बिल जरूर लें। बिल में सोने का कैरेट, शुद्धता, मेकिंग चार्ज, हॉलमार्क का जिक्र जरूर हो।

5.4.2 असली की पहचान–

✓ असली सोने की पहचान

अगर आपको असली सोने की पहचान करनी हैं, तो उसे प्रमाणित जौहरी को दिखाएँ और जांच करवाए। अगर आप खुद ही सोने को परखना चाहते हैं, तो नीचे दिए गए कुछ परीक्षण करें–

1. दृश्य निरीक्षण

सोना असली है या नकली की पहचान करने के लिए सब से पहले उसके चिन्ह को देखें, जो असली सोने पर बना होता है।



चित्र 5.22 : असली सोने की मोहर का परीक्षण

- **आधिकारिक चिन्ह के लिए सोने का निरीक्षण करें,** आधिकारिक चिन्ह सोने कि सुंदरता (1&999 या .1–.999) या फिर कैरट (10K, 14K, 18K, 22K or 24K) होता है | आवर्धक लेंस के प्रयोग से आप इसे आसानी से देख सकते हैं।
- लम्बे समय से पहने हुए सोने पर चिन्ह मिट भी सकते हैं।
- कई बार नकली सोने पर ऐसे चिन्ह पाए जाते हैं, इसलिए अधिक परीक्षण करना जरुरी है।
- **धब्बों पर ध्यान दें,** लगातार घर्षण के क्षेत्रों में धब्बों (खास तौरपर किनारों पर) के लिए जाँच करें।
- अगर सोने के घिसने के बाद कोई ओर धातु नजर आए, तो आपका सोना परत चढा हुआ है।

2. मुँह से काटकर देखें



चित्र 5.23 : असली सोने को मुँह से काटना

- अपने सोने के टुकड़े को मध्यम दबाव से काटें
- सोने पर निशान देखें अगर सोना असली है, तो आपके दांतों के निशान गहरे मिलेंगे।
- यह एक जानी–मानी प्रक्रिया नहीं है क्यूंकि इससे आपके दांतों को नुकसान भी पहुँच सकता है। लेड धातु, सोने से भी ज्यादा नरम होता है और अगर लेड धातु पर सोने की परत लगी हुई है, तो आपके दांतों के निशान उस पर भी दिखाई देंगे।

3. चुंबक परीक्षण



चित्र 5.24 : सोने का चुंबक परीक्षण

- सोने को चुम्बक पर लगाएं, सोना एक चुंबकीय धातु नहीं है, इसलिए अगर कोई सोने की चीज चुम्बक पर चिपकती है, तो वह असली सोना नहीं है। लेकिन अगर वह सोने पर नहीं चिपकती है, तो इसका मतलब यह नहीं है कि सोना असली है, क्यूंकि ऐसे कई धातु है जो चुंबकीय नहीं होते है। हो सकता है उन धातुओं पर सोने की परत लगा रखी हो।

4. सिरामिक थाली परीक्षण



चित्र 5.25 : सिरामिक थाली परीक्षण

- बिना चमक वाली सिरामिक थाली लें। अगर आपके पास ना हो तो दुकान से खरीद लें।
- अपने वस्तु को थाली में घसीटें, अगर काले निशान आएं तो आपका सोना असली नहीं है, अगर सुनहरा निशान आए तो आपका सोना असली है।

5. नाइट्रिक एसिड परीक्षण

- सोना असली है या नकली "एसिड परीक्षण" से पता लगाया जा सकता है। लेकिन, एसिड का मिलना और घर पर इस परीक्षण को करना, खतरे से खाली नहीं है। इसलिए, इस परीक्षण को जौहरी से करवाना चाहिए।
- एक छोटे से स्टेनलेस स्टील के कटोरे में सोने को रखे



चित्र 5.26 : नाइट्रिक एसिड परीक्षण

- एक बूँद नाइट्रिक एसिड की डालें और देखें क्या होता है।

- अगर कोई हरा रंग दिखाई दे, तो आपकी वस्तु किसी ओर धातु की है या फिर आपका सोना पानी चढा हुआ है। अगर सुनहरा रंग दिखे तो आपकी वस्तु पर सोना चढ़ाया हुआ पीतल है।
- दूध सा रंग दिखे तो आपकी वस्तु पर सोना चढ़ाया हुआ खरी चांदी है।
- अगर कोई भी रंग ना दिखे तो आपका सोना असली है।

आवश्यक बातें–

- जो सोना 24K से कम होता है, उनमें अन्य धातु मिलाए जाते हैं ताकि सोने में कठोरता और रंग आ सके। यह अनुमान लगाया जा सकता है कि 24K सबसे कोमल और 10K सबसे कठोर सोना होता है, क्योंकि 10K सोने में सिर्फ 41.6% सोना और बाकि अन्य धातु मिले होते हैं, जो उसे कठोर बनाते हैं। अन्य धातुओं के रंग गहनों की खूबसूरती को बढ़ाते हैं, जैसे पीला सोना, सफेद सोना, लाल सोना, आदि।
- अगर किसी वस्तु पर GF का चिन्ह होता है, तो उसका मतलब "सोने से भरा हुआ" होता है। कैरट चिन्ह को पहले संख्या से विभाजित करें। उदाहरण के लिए 1/20 14k GF का 1 भाग 14K सोना और 19 भाग अन्य धातु होते हैं। मतलब 5% 14K सोना और 95% अन्य धातु।
- जब हम 24K सोना लेते हैं, तो उसका मतलब है कि सोने के पूरे 24 भाग शुद्ध सोना है बगैर किसी मिलावट के (99.9% शुद्ध)। 22K सोने का मतलब है कि गहने के 22 भाग सोना है और बाकि का 2 अन्य धातु है (91.3% शुद्ध)। 18K सोने का मतलब है कि गहने के 18 भाग सोना है और बाकि के 6 अन्य धातु है (75% शुद्ध)। इसी तरह सोने की शुद्धता कैरट के हिसाब से 4.1625% गिरता रहता है।
- 24K शुद्ध सोना होता है, लेकिन गहने और गिन्नी बनाने के लिए बेहद कोमल होते हैं, इसलिए अन्य धातुओं का उपयोग किया जाता है ताकि कठोरता आए, जिससे उसके अलग घनत्व बनते है।

✓ असली चाँदी की पहचान

संभवतः आपने चाँदी की वस्तु ऑनलाइन जा कर किसी धोखेबाजीपूर्ण स्थान से खरीदी है, या आपके दोस्त ने कहीं से मिली हुई वस्तु आपको भेंट में दी है। शायद आपको संदेह है कि विरासत में मिला माल असबाव वाकई में असली है या नहीं। कारण जो कुछ भी हो, आप को चाँदी का परीक्षण करने का ज्ञान होना चाहिए। चाँदी बहु उपयोगी रसायनिक तत्त्व है। स्टरलिंग चाँदी में 92.5% चाँदी और 7.5% अन्य धातु, मुख्यतः तांबा होता है। तांबा शुद्ध चाँदी से भी ज्यादा सख्त होता है। शुद्ध चाँदी तो बहुत सौम्य होती है और प्रायः उसे "फाईन सिल्वर" कहा जाता है। कुछ वस्तुएं "सिल्वर प्लेटेड" (शुद्ध चाँदी कि पतली पर्त चढ़ी हुई) होने के कारण चाँदी जैसी दिखती हैं। निम्न परीक्षणें से असली चाँदी को पहचान सकते हैं–

1. मोहर

- अंतर्राष्ट्रीय चाँदी की मोहर की श्रेणी का मूल्यांकन करें, विशालक लेंस (magnifying gl) के द्वारा चाँदी की वस्तु का निरीक्षण करें। अंतर्राष्ट्रीय चाँदी के विक्रेता चाँदी की वस्तुओं पर 925, 900 और 800 की मोहर लगाते हैं। ये मोहर बताता है की किसी वस्तु में कितनी मात्रा में शुद्ध चाँदी है। 925 का मतलब है की 92.5% शुद्ध चाँदी उस वस्तु में है। 900 और 800 की मोहर का मतलब है कि 90% व 80% शुद्ध चाँदी का बना हुआ है और अक्सर इसे चाँदी के सिक्के कहते हैं।



चित्र 5.27 : चाँदी की मोहर

2. चुम्बकीय लक्षण का परीक्षण

- चुंबक से जाँचे, विशेषतः, दुर्लभ भू–चुंबक जैसे प्रभावशाली चुंबक का प्रयोग करें जो नेओडायमीयम (neodymium) से बना होता है। चाँदी में अति निर्बल चुंबकिए प्रभाव होता है। यदि चुंबक चाँदी पर चिपक जाए तो पता चलता है कि ये अंदर से (ferromagnetic) लोहे का बना है और ये बिलकुल चाँदी नहीं है।
- ध्यान में रखें कि कुछ अन्य धातु भी चुंबक से नहीं चिपकते और इन्हें चाँदी जैसा बनाया जा सकता है। चुम्बकीय परीक्षण के साथ अन्य परीक्षण कर के सुनिश्चित करें कि दिए गए धातु के भीतर का हिस्सा किसी अन्य धातु से तो नहीं बना।
- फिसलन से जांच करें, यदि चाँदी की पट्टी (bar) का परीक्षण कर रहें हैं, तो एक भिन्न विधि जिसमें चुंबक का प्रयोग कर देख पाएंगे कि यह वस्तु चाँदी की है कि नहीं। चाँदी की पट्टी को तिरछा 45^0 का ऐंगल बनाते हुए खड़ा करें। चिकनी सतह पर चुंबक को फिसलने दें। चुंबक, चाँदी की पट्टी की सतह पर अति धीमी गति से नीचे की ओर फिसलेगा। यह सहज ज्ञान के बिल्कुल विपरीत है। चाँदी में चुंबकीय शक्ति अति निर्बल होती है और दुर्लभ भू चुंबक बिजली के "एडडी"' करेंट चाँदी की वस्तु में प्रवाह कर देता है, चाँदी के एल्क्ट्रोमेगनेटिक हो जाने के परिणामस्वरूप ब्रेकिंग इफैक्ट पैदा हो जाता है और इसी वजह से चुंबक धीरे धीरे नीचे फिसलता है।

3. बर्फ से परीक्षण

- यह परीक्षण चाँदी के सिक्कों और पट्टी पर बखूबी काम करता है परंतु चाँदी के जेवर को परखना कठिन साबित होगा
- बर्फ को चाँदी की वस्तु पर सीधा रखे, आप गौर से देखें। रखते ही बर्फ पिघलने लगेगी, जैसे किसी गरम चीज पर रख दिया गया हो, जबकि असलियत में उसे सामान्य ताप वाली वस्तु पर रखा गया है।

4. ध्वनि परीक्षण

- चाँदी के सिक्के का ध्वनि परीक्षण करें। विशेषतः किसी और धातु से चाँदी को ठोकनें या थपथपाने से सुंदर घंटी जैसी आवाज निकलती है। इसको सुनने के लिए आमेरिका में

1965 से पहले बना चाँदी का सिक्का लें। 1964 से पहले बने सिक्के 90% चाँदी से बने होते थे। उसको ठोकने से उसमें से बड़ी मधुर उच्च स्वर में घंटी बजती है। 1965 के बाद बने सिक्के तांबा–निकेल के मिश्र धातु के होते थे। नये बने हुए सिक्के से दबी हुई घंटी की आवाज आती है।

- अपने चाँदी के सिक्के को समतल पर 6 इंच की ऊंचाई से गिराएं, अगर इसके गिरने से घंटी के बजने जैसी आवाज आए, तो आपके पास आपके हाथ में असली चाँदी का सिक्का है। अगर उसकी आवाज धीमी है तो चाँदी में किसी अन्य धातु की मिलावट है।

5. रसायनिक विश्लेषण परीक्षण

- वस्तु के उस अप्रत्यक्ष स्थान पर खुरचें, पर्त के नीचे की धातु को तेजाब से जांच करना अति आवश्यक है। सतह को रेती इतना खुरचें की पर्त के नीचे की धातु तक पहुँच सकें। यदि आप अपने चाँदी के सामान पर खुरचना नहीं चाहते हैं, या तेजाब का दाग नहीं छोडना चाहतें हैं, तो काले पत्थर का प्रयोग करें। समान्यतः काला पत्थर सोनार से मिले चाँदी परीक्षण किट के साथ ही मिलता है। चाँदी को उस पर रगड़ें, जिससे चांदी की एक मोटी पर्त अवशेष के रूप में पत्थर पर रह जाए। एक से डेढ़ इंच मोटी लाइन बनाने की कोशिश करें।
- केवल खुरचे हुए हिस्से में एक बूंद तेजाब डालें, यदि तेजाब उस हिस्से को छू लेता हैं जो खुरचा नहीं गया हो, तो उस जगह चाँदी की पॉलिश खराब हो जाएगी। यदि आप काला पत्थर इस्तेमाल करने की सोचतें हैं तो एक बूंद तेजाब उस रेखा पर डालें जो आपने चाँदी को रगड़ कर बनाई है।
- खुरचे हुए हिस्से पर तेजाब डाल कर विश्लेषण करें, आपको उस रंग का परीक्षण करना होगा जो तेजाब के पड़ने पर दिखाई देता है। सामान्यतः रंग माप नीचे दिए अनुसार होता है है।
- गाढ़ा लाल– शुद्ध चाँदी।
- गहरा लाल– 925 चाँदी।
- भूरा– 800 चाँदी।
- हरा– 500 चाँदी।
- पीला– टिन या सीसा।
- गाढ़ा भूरा– पीतल।
- नीला– गिलट।

✓ असली हीरे की पहचान

आपका हीरा असली है या नहीं, यह खोजना असल में तरसाने वाली समस्या है। ज्यादातर उत्सुक नागरिक इस बात का पता लगाने के लिए एक पेशेवर जौहरी के पास जाते हैं। आपको स्वयं जाँच करने के लिए सिर्फ थोड़े प्रकाश, थोड़ा पानी या गर्म सांस, और एक जौहरी के आवर्धक लैंस की जरूरत है।

- **कोहरे के परीक्षण का उपयोग करें** अपने मुंह के सामने पत्थर रखें और उसपर सांस छोड़कर भाप पैदा करें जिस तरह से आप शीशे पर करते हैं । यदि उसपर कुछ सेकंड के लिए भाप रहती है, तो यह शायद नकली है, एक असली हीरा तत्क्षण आपकी सांस की गर्मी को हटाता है और उसपर आसानी से भाप नहीं जमती है । यदि आपको भाप पैदा करने के और फिर उसे देखने के बीच में इंतजार भी करना पड़े, यह तब भी एक नकली हीरे की तुलना में बहुत तेजी से साफ हो जाएगा ।



चित्र 5.28 : हीरे का कोहरा परीक्षण

- **अखबार की विधि** पत्थर को उल्टा करें और अखबार के एक टुकड़े पर रखें । यदि आप पत्थर के माध्यम से लेख पढ़ सकते हैं, या यहां तक कि विकृत काले धब्बे भी देख सकते हैं, तो यह शायद एक असली हीरा नहीं है । एक हीरा रोशनी को इतनी तेजी से मोड़ता है कि आपका लेख को देखना मुमकिन नहीं होगा । (इसमें कुछ अपवाद हैं, यदि उसका कटाव न्यूनाधिक है, तो लेख अभी भी एक असली हीरे के माध्यम से दिखाई जा सकता है।)



चित्र 5.29 : हीरे का अखबार परीक्षण

- **बिंदु का टेस्ट** सफेद कागज के एक टुकड़े पर एक कलम के साथ एक छोटा सा बिंदु बनाएं और डॉट के केंद्र पर पत्थर रखें । उसे सीधे नीचे की ओर देखें। यदि आपका पत्थर एक हीरा नहीं है, तो आपको पत्थर में एक परिपत्र प्रतिबिंब दिखेगा । आप एक असली हीरे के माध्यम से बिंदु को नहीं देख पाएंगे।



चित्र 5.30 : बिन्दु टेस्ट

- पत्थर को एक पानी के गिलास में डालें और देखें कि क्या वह नीचे डूबता है, अपने उच्च घनत्व की वजह से, एक असली हीरा डूब जाएगा । एक नकली हीरा सतह के शीर्ष पर या गिलास के मध्य में तैरेगा ।

- पत्थर को गर्म करें और देखें कि क्या वह टूटता है या नहीं संदिग्ध पत्थर को एक लाइटर से 30 सेकंड के लिए एक गर्म करें, और फिर उसे सीधे ठंडे पानी के एक गिलास में डालें । तेजी से फैलाव और सिकुड़न कांच या क्वार्टज की तरह कमजोर सामग्रियों की तन्य शक्ति को अभिभूत करेगा, जो पत्थर को अंदर से चकनाचूर करेगा । असली हीरा काफी मजबूत होता है और उसे कुछ नहीं होगा ।

1. पेशेवर परीक्षण

- एक दूरबीन से देखें हीरे का शीर्ष पहलू नीचे की ओर रखकर उसे एक दूरबीन के नीचे रखें। चिमटी के साथ हीरे को धीरे आगे और पीछे हिलाएं। यदि आपको पहलुओं पर एक हल्की सी नारंगी चमक दिखती है, तो हीरा वास्तव में घन जर्कोनिआ (Cubic Zirconia) हो सकता है । इसका संकेत यह भी हो सकता है कि हीरे के भीतर खामियों को भरने के लिए घन जर्कोनिआ का इस्तेमाल किया गया हो।



चित्र 5.31 : हीरे का दूरबीन परीक्षण

- **एक्स–रे परीक्षा** हीरों की radiolucent आणविक संरचना होती है, जिसका अर्थ है कि वे एक्स–रे चित्र में दिखाई नहीं देते हैं । ग्लास, घन जर्कोनिआ और क्रिस्टल सब में थोड़े radiopaque गुण होते हैं जो उन्हें एक्स–रे में स्पष्ट रूप से दिखा देते हैं ।
- यदि आप अपने हीरे का एक्स–रे परीक्षण कराना चाहते हैं, तो आपको उसे या तो एक पेशेवर हीरा परीक्षण प्रयोगशाला में देना होगा, या फिर अपने स्थानीय एक्स–रे इमेजिंग सेंटर के साथ एक सौदा करने की आवश्यकता होगी ।



चित्र 5.32 हीरे का एक्स–रे परीक्षण

- **अपने प्रमाण पत्र को ध्यान से देखें** सभी प्रमाण पत्र समान नहीं बनाये जाते हैं, प्रमाण पत्र एक ग्रेडिंग प्राधिकारी के द्वारा होना चाहिए (उदाहरण के लिए GIA, AGSL, LGP, PGGL) या एक स्वतंत्र मूल्यांकक के द्वारा जिसका एक पेशेवर संगठन (मूल्यांककों कि अमेरिकन सोसायटी की तरह) (American Society of Appraiser) के साथ संबद्ध है, लेकिन किसी भी एक फुटकर बिक्री के साथ नहीं ।
- प्रमाण पत्र आपके हीरे के कैरेट वजन, माप, अनुपात, स्पष्टता ग्रेड, ग्रेड रंग, और कटाव ग्रेड जैसे कई जानकारियों के साथ आते हैं ।
- प्रमाण पत्र में ऐसी कई जानकारियां हो सकती हैं जो आप एक जौहरी से पाने की उम्मीद नहीं कर सकते । उनमे शामिल हैं

- प्रतिदीप्ति, या हीरे की पराबैंगनी रोशनी के संपर्क में आने पर हल्की चमक प्रदर्शित करने की प्रवृत्ति।
- पॉलिश, या सतह की चिकनाई ।
- समरूपता, या विरोध पहलुओं को एक दूसरे को अनिन्दनीय तरीके से प्रतिबिम्बित करने की सीमा ।

5.5 दवाओं के प्रति जागरुकता

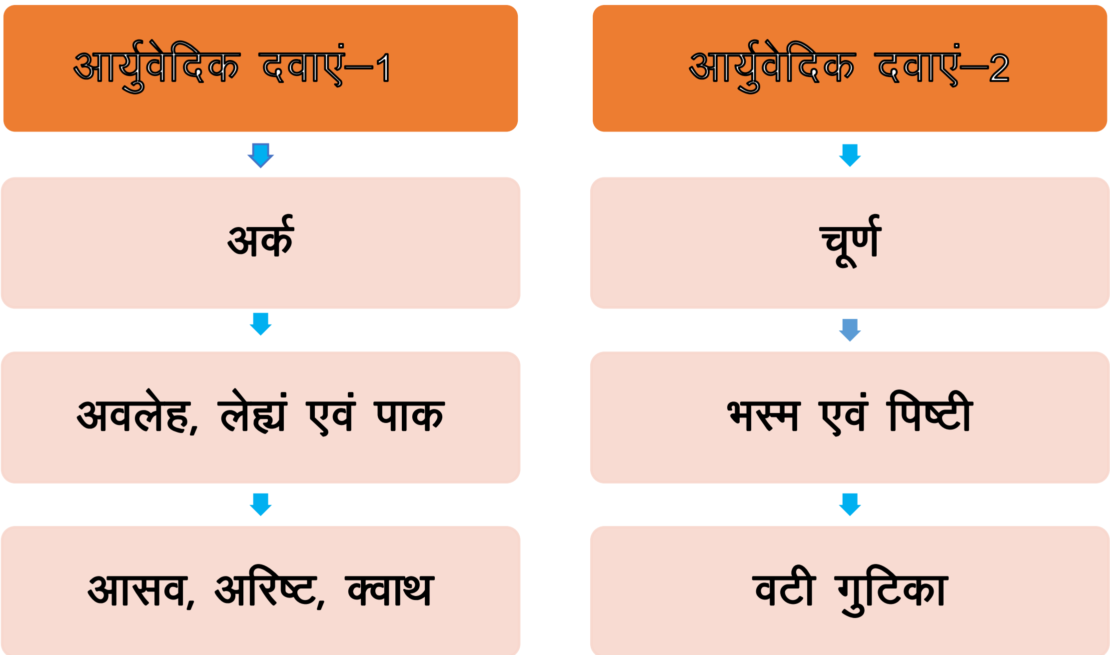
हमारी महत्वपूर्ण आवश्यकताओं में दवाएं भी एक अभिन्न अंग के रुप में है, जब हम बीमार पड़ते है तो सबसे पहले हम दवाओं की ओर ही रुख करते है। चाहें वे दवाएं सामान्य दवाएं हो, होम्योपैथिक हो या आर्युवेदिक हो। हम अपने जीवन में कभी सामान्य दवाएं, कभी होम्योपैथिक तो कभी आर्युवेदिक। हमें जिससे आराम मिलता है हम वहीं अपनाने लगते है। हमें इनकी पूरी जानकारी रखनी चाहिए।

5.5.1 आर्युवेदिक दवायें

वे दवाएं जो जड़ी–बूटियों से निर्मित होती है, आर्युवेदिक दवाएं कहलाती है। इन्हें देशी दवाइयां भी कहते है।

5.5.1.1 आर्युवेदिक दवाओं के प्रकार

आर्युवेदिक दवाओं को 2 रुपों में बाँटा गया है–



चित्र 5.33 आर्यवेदिक दवाओं के प्रकार

5.5.2 होम्योपैथी दवाएं

होम्योपथिक दवाओं को लेना एकदम सुरक्षित है। किसी भी तत्व का होम्योपैथिक ढ़ंग से इस्तेमाल किया जा सकता है लेकिन इनमें से ज्यादा दवाईयाँ सब्जियों, पशुओं और अन्य चीजों के अलावा खनिज स्रोतों से प्राप्त प्राणातिक तत्व से बनाई जाती है।

लगभग 3000 होम्योपैथिक दवाएं मौजूद हैं। इसकी अतिरिक्त, आधुनिकीकरण के नतीजे के तौर पर पैदा हो रही समस्याओं का सामना करने के लिए रोजाना नई दवाएं जोड़ी जा रही हैं।

होम्योपैथी की शक्ति

होम्योपैथी के खाते में औषधीय तत्व बनाने का विशिष्ट तरीका और बाद में निदानकरी शक्ति बढ़ाते जबकि अपरिषणत औषधीय तत्व को घटाते हुए उनमें सामर्थ्य पैदा करने की उपलब्धि है। यह दुष्प्रभाव होने के अवसर कम करता है और जीवन सिद्धांत को पर्याप्त रूप से उत्प्रेरित करने लायक न्यूनतम खुराक से रोगी को ठीक करता है ताकि यह रोग की शक्ति का प्रतिरोध करे और स्वास्थ्य लौटाए।

होम्योपैथी के बारे में मिथक)

मिथक 1– होम्योपैथी एक "धीमे काम करने वाली पद्धति" है।

मिथक 2–होम्योपैथिक दवाएं लेते समय एलोपैथिक या अन्य उपचार नही कराए जा सकते।

मिथक 3– होम्योपैथिक दवाओं के साथ प्याज, लहसुन, चाय, कॉफी, आदि पर पाबंदी होती है।

मिथक 4– उपचार लेने के बाद रोग बढ़ाता है।

होम्योपैथिक दवाइयों को लक्षणों की समानता के आधार पर दिया जाता है। दावा का पहला प्रभाव रोगी को उसका रोग बढ़ने के तौर पर महसूस हो सकता है लेकिन वास्तव में यह केवल होम्योपैथिक उद्दीपन (ggravation) है जो कि उपचारात्मक प्रक्रिया का अंग है।

मिथक 5–होम्योपैथिक दवाओं को छूना नही चाहिए।

मिथक 6–होम्योपैथी केवल बच्चों के लिए अच्छी है।

मिथक 7–होम्योपैथी में रोग विज्ञान संबंधी जांच की जरूरत नही होती है।

हालांकि आरंभिक होम्योपैथिक सुझाव के लिए जांच की जरूरत नही होती लेकिन रोग को सम्पूर्णता में ठीक करने और इसके रोगनिदानों को जानने के लिए उपयुक्त जांच कराना आवश्यक होता है। ये मामले का समुचित प्रबंधन करने और इसके फॉलो अप में भी मदद करती है।

मिथक 8–एक दवा ही दी जानी चाहिए।

होम्योपैथिक सिद्धांतों के अनुसार एक दवा ही पहला विकल्प होना चाहिए लेकिन रोगी द्वारा प्रस्तुत लक्षणों की जटिल रूपरेखा एक समय में एकसमान (सिमिलिमम)

दवा का सुझाव देना कठिन बना देती है। इसलिए, दवाओं का संयोजन देना सामान्य बात हो गयी है।

मिथक 9– सभी होम्योपैथिक दवाईयाँ एक जैसी होती है।

ऐसा लगता है कि सभी होम्योपैथिक दवाईयाँ एक जैसी हैं क्योंकि उन्हें बूंदों में दिया जाता है। वास्तव में सभी तैयार द्रवो में वाहक समान रहता है लेकिन इसे विभिन्न होम्योपैथिक सामर्थ्यवान घोलों द्वारा चिकित्सीकीय रूप दिया जाता है।

5.5.3 ऐलोपैथिक दवाएं

सामान्य दवाओं को ऐलोपैथिक दवाएं कहते है। सामान्य जन की भाषा में इन्हें अंग्रेजी दवाइयां भी कहते है। ये 2 रुपों में बनने लगी है– जेनरिक दवाइयां, ब्राण्डेड दवाइयां।

5.5.3.1 जेनरिक दवाइयां vs ब्राण्डेड दवाइयां

सामान्य दवा या जेनेरिक दवा (generic drug) वह दवा है जो बिना किसी पेटेंट के बनायी और वितरित की जाती है। जेनेरिक दवा के फॉर्मुलेशन पर पेटेंट हो सकता है किन्तु उसके सक्रिय घटक (active ingradient) पर पेटेंट नहीं होता। जैनरिक दवाईयां गुणवत्ता में किसी भी प्रकार के ब्राण्डेड दवाईयों से कम नहीं होतीं तथा ये उतनी ही असरकारक है, जितनी की ब्राण्डेड दवाईयाँ। यहाँ तक कि उनकी मात्रा (डोज), साइड–इफेक्ट, सक्रिय तत्व आदि सभी ब्रांडेड दवाओं के जैसे ही होते हैं। जैनरिक दवाईयों को बाजार में उतारने का लाईसेंस मिलने से पहले गुणवत्ता मानकों की सभी सख्त प्रक्रियाओं से गुजरना होता है।

अधिकांश बड़े शहरों में जेनेरिक मेडिकल स्टोर होते हैं जहाँ केवल जेनेरिक दवाएँ ही मिलतीं हैं। किन्तु इनका व्यापक प्रचार नहीं होने से लोगों को इनका लाभ नहीं मिलता। जैनरिक दवाईयां ब्राण्डेड दवाईयों की तुलना में औसतन पाँच गुना सस्ती होती है। जैनरिक दवाईयों की उपलब्धता आम व्यक्ति को स्वास्थ्य सुरक्षा प्रदान करने में बहुत बड़ा योगदान प्रदान कर सकती है तथा इससे ब्राण्डेड कम्पनियों का दवा उद्योग में एकाधिकार को चुनौती मिलेगी।

जेनेरिक दवाएं उत्पादक से सीधे रिटेलर तक पहुंचती हैं। इन दवाओं के प्रचार–प्रसार पर कंपनियों को कुछ खर्च नहीं करना पड़ता। एक ही कंपनी की पेटेंट और जेनेरिक दवाओं के मूल्य में काफी अंतर होता है। चूंकि जेनेरिक दवाओं के मूल्य निर्धारण पर

सरकारी अंकुश होता है, अतः वे सस्ती होती हैं, जबकि पेटेंट दवाओं की कीमत कंपनियां खुद तय करती हैं, इसलिए वे महंगी होती हैं।

सुझाव– हमें डॉ0 से पर्चे पर जेनरिक दवाएं लिखने के लिए आग्रह करना चाहिए, जो सरकारी अस्पतालों व जेनरिक स्टोर में कम दाम में व आसानी से मिल जाती है। उदाहरण के लिए यदि चिकित्सक ने रक्त कैंसर के किसी रोगी के लिए 'ग्लाईकेव' ब्राण्ड की दवा लिखी है तो महीने भर के कोर्स की कीमत 1,14,400 रूपये होगी, जबकि उसी दवा के दूसरे ब्राण्ड 'वीनेट' की महीने भर के कोर्स की कीमत अपेक्षाकृत काफी कम 11,400 रूपये होगी। सिप्ला इस दवा के समकक्ष जैनरिक दवा 'इमीटिब' 8,000 रूपये में और ग्लेनमार्क केवल 5,720 रूपये में मुहैया करवाती है।

तालिका 5.4 : ब्राण्डेड दवाओं के जेनरिक नाम(webliography-68)

Brand Name Drug	Generic Name	Generic Savings
Accupril	Quinapril HCL	75% off
Adderall	D-Amphetamine	75% off
Allegra	Fexofenadine HCL	75% off
Amaryl	Gimepiride	66% off
Augmentin	Amoxicillin Clavulanate	52% off
Bactroban	Mupirocin	75% off
Biaxin	Clarithromycin	75% off
Buspar	Buspirone HCL	50% off
Celexa	Citalopram Hydrobromide	75% off
Cipro	Ciprofloxacin	75% off
Cleocin	Clindamycin HCL	68% off
Coumadin	Warfarin Sodium	75% off
Diflucan	Fluconazole	29% off
Duragesic	Fentanyl	75% off
Flexeril	Cyclobenzaprine HCL	67% off
Flonase	Fluticasone Propionate	75% off
Glucophage	Metformin HCL	75% off
Glucotrol	Glipizide	75% off
Glucovance	Glipizide-Metformin	75% off
Loestrin	Microgestin Fe	75% off

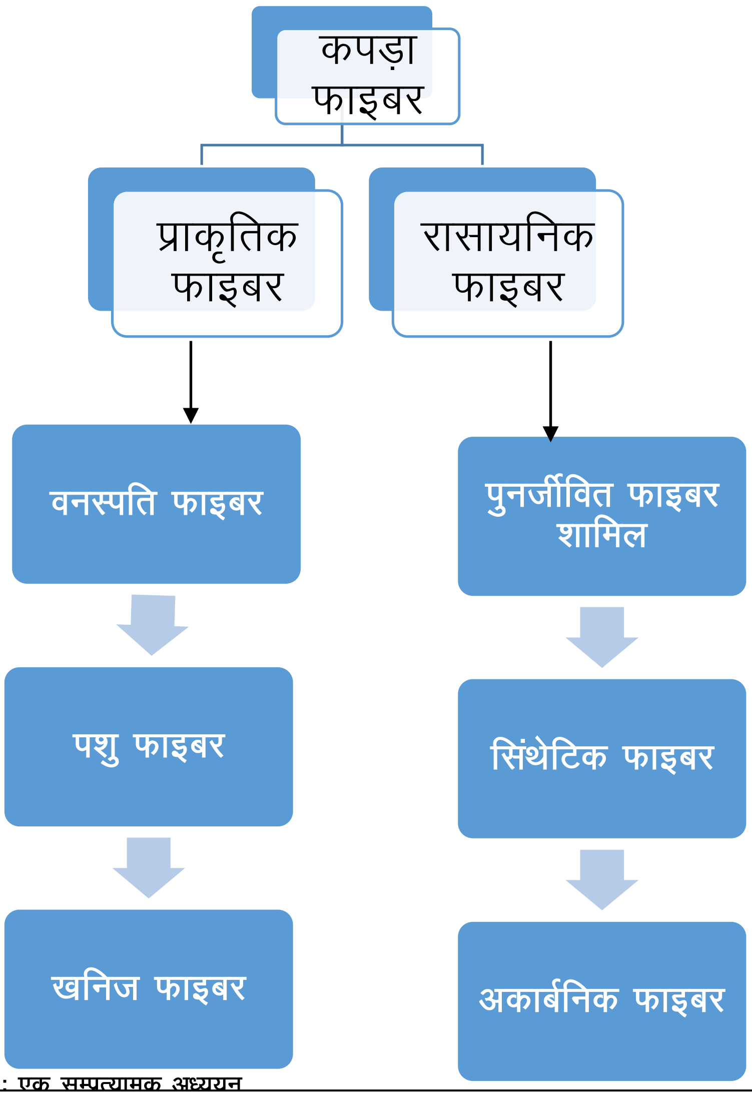
Lopressor	Metoprolol Tartrate	74% off
Lotensin	Benazepril HCL	69% off
Mobic	Meloxicam	48% off
Neurontin	Gabapentin	63% off
Norco	Hydrocodone/Acetaminophen	75% off
Ortho-Novum	Necon	75% off
Paxil	Paroxetine HCL	55% off
Pepcid	Famotidine	52% off
Pravachol	Pravastatin Sodium	54% off
Prilosec	Omeprazole	75% off

5.6 वस्त्रों के प्रति जागरुकता

यह एक सामान्य अनुभव की बात है कि हम मौसम के अनुकूल कपड़े पहनते हैं यानी गर्मी में सूती, सर्दी में ऊनी तथा बारिश में सिंथेटिक।

कपड़ों के प्रकार

कपड़ों को फाइबर की श्रेणीओं के आधार पर वर्गीकृत किया जा सकता है।



चित्र 5.34 : कपड़ा फाइबर के प्रकार

वनस्पति फाइबर कपास, भांग, फल फाइबर, आदि।

पशु फाइबर ऊन, खरगोश बाल, रेशम, आदि।

खनिज फाइबर अदह(एस्बेस्टस)।

पुनर्जीवित फाइबर विस्कोस फाइबर, सेलूलोज एसीटेट फाइबर।

सिंथेटिक फाइबर नायलॉन, पॉलिएस्टर, ऐक्रेलिक, स्पैन्डेक्स, vinylon, polypropylene, आदि।

अकार्बनिक फाइबर शीसे रेशा, धातु फाइबर, आदि।

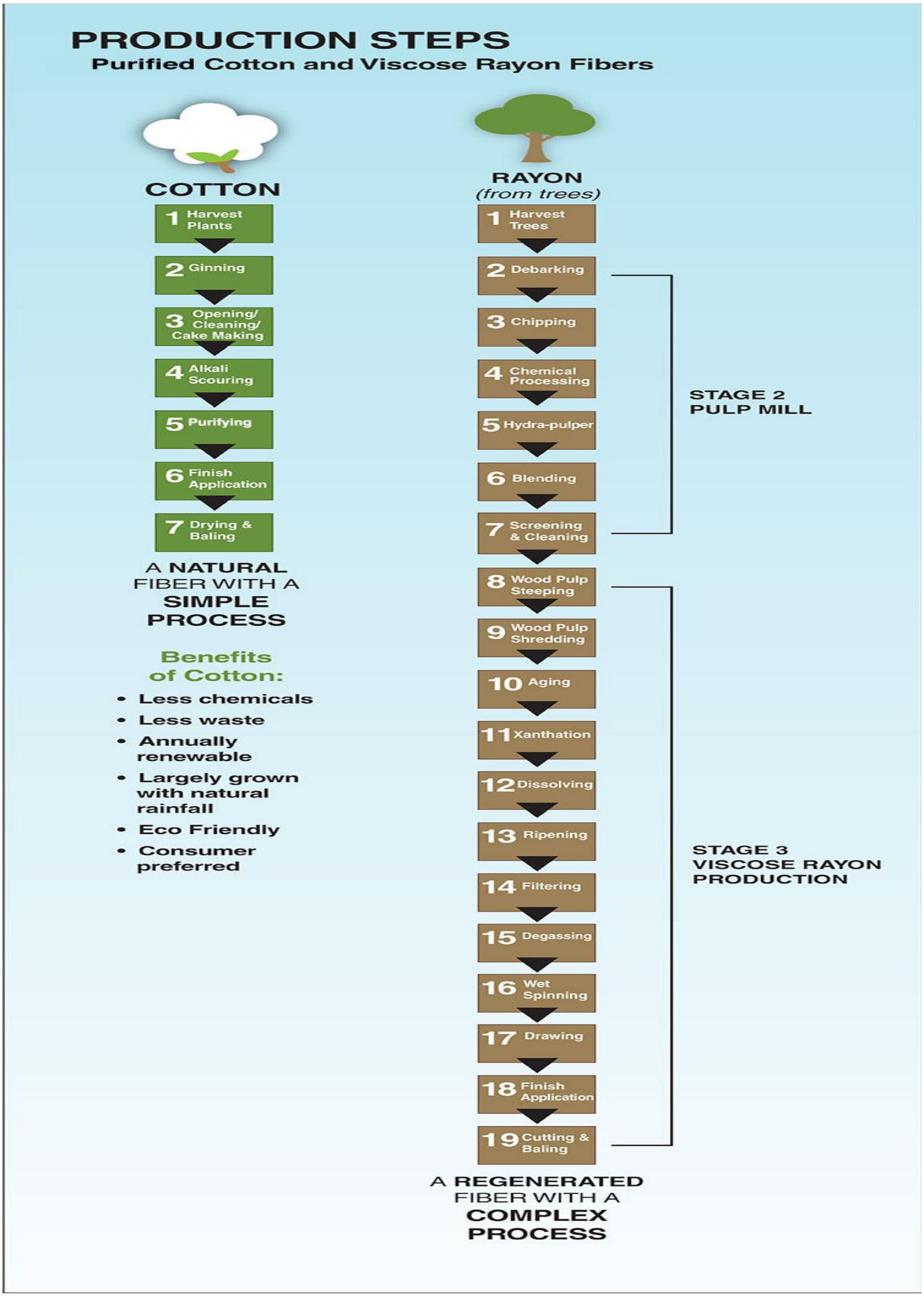
5.6.1.1 कॉटन vs विस्कोस



चित्र 5.35 कॉटन vs विस्कोस

कॉटन(कपास) और विस्कोस(रेयान फाइबर्स) दोनों पॉलिमर(सेल्यूलोज) है। कॉटन कपास के पौधे से प्राप्त सेल्यूलोज से बनता है और विस्कोस पेड़ों के सेल्यूलोज से बनाते है। पेड़ों से प्राप्त सेल्यूलोज(छाल, लिग्निन आदि) को रसायनिक संसाधनों का प्रयोग कर प्राप्त किया जाता है और पुनः रसायनों का प्रयोग कर नया रुप दिया जाता है। इसप्रकार मानव निर्मित फाइबर का पुर्नजन्म किया जाता है।

कपास प्राकृतिक है। यह पौधें से प्राप्त होता है जबकि विस्कोस किसी भी पेड़ से उत्पादित किया जा सकता है। **विस्कोस खतरनाक वायुप्रदूषक है, जिसके प्रयोग से बचना चाहिए।** सेल्यूलोज के रुप में **बांस** का प्रयोग किया जाता है। निर्माता लेबल में डाल देते हैं कि ये 100% बांस से बने है। यह उपभोक्ताओं को भ्रमित करता है, उपभोक्ता सोचते है कि ये प्राकृति रेशे है। जबकि ऐसा नहीं है, संघीय व्यापार आयोग (एफटीसी) द्वारा Regenerated रेशों का प्रयोग वर्जित है। यदि ऐसा करते हुए पाया जाता है तो एफटीसी उस पर कार्यवाही कर सकती है। **कपास प्राकृतिक रेशे है और विस्कोस कृत्रिम रेशे है जिसे हम इसकी उत्पादन प्रक्रिया से समझ सकते हैं–**



चित्र 5.36 : कॉटन और विस्कोस की उत्पादन प्रक्रिया

5.7 त्योहारों में जागरुकता

त्योहारों के सीजन में जहां एक ओर हर तरफ रौनक छाई हुई होती है, वहीं दूसरी ओर मिलावटी फूड आइटमों का काला साया भी तेजी से पैर पसार रहा होता है। त्योहारों के दिनों में बाजारों में घटिया और खतरनाक फूड आइटमों की भरमार होती है। मिठाई, खोया, घी, दूध आदि में मिलावट होने के साथ ही रंगों में भी मिलावट हो रही है। होली का जश्न यह मिलावटी खाद्य पदार्थ एवं रंग गम में बदल सकते हैं। चिकित्सकों का कहना है कि रंगों में मिलाए जा रहे तेजाब मिश्रित पदार्थ कई चर्म रोग को बढ़ावा देते हैं। साथ ही इनके आंखों में जाने पर रोशनी जाने तक का खतरा रहता है। वहीं मिलावटी खाद्य पदार्थ लीवर को डैमेज कर सकता है।

5.7.1 होली के रंग

होली के त्यौहार पर रंगों में केमिकल का इस्तेमाल लोगों को स्किन कैंसर जैसी गंभीर बीमारी का मरीज बना सकता है। इसके अलावा आंखों की रोशनी चले जाने का खतरा भी होता है। इसलिए केमिकल वाले रंगों का इस्तेमाल करने से बचें और होली पर ईको फ्रेंडली रंगों का इस्तेमाल करें। केमिकल वाले रंगों का इस्तेमाल बहुत ही खतरनाक होता है। इसमें अलग–अलग रंगों में अलग–अलग प्रकार की बीमारियों को फैलाने की क्षमता होती है।

तालिका 5.5 : रंग, मिलावट और दुष्परिणाम

रंग	मिलावट	दुष्परिणाम
रेड कलर	मर्क्यरिक आक्साइड	स्किन एलर्जी, स्किन कैंसर
ग्रीन कलर	कॉपर सल्फेट	आंख की बीमारी, अन्धता
ब्लैक कलर	लेड	स्किन की एलर्जी, गुर्दे को नुकसान
सिल्वर कलर	एल्युमिनियम ब्रोमाइड	स्किन कैंसर
पीला रंग	क्रोमियम ऑयोडाइड	एलर्जी के साथ सांस सम्बन्धी बिमारी
पर्सियन ब्लू	लेड	बड़े लाल चकत्ते,रगड़ने से स्किन उधड़ती है।
सभी चमकीले रंगों में	पिसा हुआ शीशा	एलर्जी
रंग के गीले पाउच	तेजाबी पानी और रंग का मिश्रण	शरीर के जिस अंग पर फटे वहां बुरा प्रभाव
सभी गुलाल	रंग, डीजल, इंजन ऑयल, कॉपर सल्फेट, शीशे का पाउडर	चक्कर, सिरदर्द और संस की तकलीफ

5.7.1.1 घर पर बनायें हर्बल कलर

तालिका 5.6 हर्बल रंग बनाने की सामग्री

रंग	बनाने की सामग्री
हरा रंग	मेंहदी पीसकर और आटा मिलाकर
पीला रंग	हल्दी और बेसन मिलाकर
लाल रंग	चंदन की लाल लकड़ी
नीला रंग	नीली गुलमोहर को आटे में मिलाकर
सेफ्रान रंग	टेसू के फूलों वाली
भूरा रंग	कत्थे को पीसकर

होली में हर्बल रंगों से शरीर को भी किसी भी प्रकार का नुकसान नहीं होता है।

5.7.1.2 केमिकल वाले रंगों से बचाव के उपाय

- होली के त्यौहार पर चमकीले और केमिकल युक्त रंगों का इस्तेमाल बिल्कुल भी न करें।
- होली में रंग खेले से पहले सिर में खूब अच्छी तरह तेल लगा लें। इसके अलावा कान और आस–पास की जगहों पर भी तेल लगा लें।
- पूरे शरीर में नारियल और जैतून का तेल लगा लें।
- शरीर में वाटर प्रूफ सन्सक्रीम लोशन लगा लें। इससे त्वचा के अंदर केमिकल वाले रंगों के पहुंचने का खतरा कम हो जाता है।
- होली में महिलाओं को भी खास ध्यान रखना चाहिए। इसे नाखून के रास्ते शरीर में केमिकल वाले रंगों के पहुंचने का खतरा कम हो जाता है।
- जिन लोगों की आंख में लेंस लगा है, वे रंग और गुलाल की होली खेलने से बचें।

अध्याय षष्ठ : पाठ्यक्रम का आलोचनात्मक अध्ययन एवं समावेशन हेतु सुझाव

किसी पाठ्य पुस्तक में नई व भावी पीढ़ी के अनुसार परिवर्तन करना आवश्यक होता है अतः समय– समय पर पाठ्य पुस्तक में यथासम्भव परिवर्तन करते रहना चाहिए। शोधकर्त्री द्वारा माध्यमिक शिक्षा परिषद द्वारा प्रचलित कक्षा 6 से 12 तक की निम्न पुस्तकों का अध्ययन किया गया –

- दिव्या गृह विज्ञान कक्षा 6, दिव्या प्रकाशन
- पृथ्वी और हमारा जीवन कक्षा 6, वीर बुन्देलखण्ड प्रेस, झाँसी
- हमारा इतिहास और नागरिक जीवन कक्षा 6, वीर बुन्देलखण्ड प्रेस, झाँसी
- दिव्या गृह विज्ञान कक्षा 7, दिव्या प्रकाशन
- पृथ्वी और हमारा जीवन कक्षा 7, भागवत प्रिटिंग प्रेस, मथुरा
- हमारा इतिहास और नागरिक जीवन कक्षा 7, रामराजा प्रिंटर्स एण्ड पब्लिशर्स, बिजोली, झाँसी
- गृह शिल्प कक्षा 8, भगवत प्रिटिंग प्रेस, मथुरा
- पृथ्वी और हमारा जीवन कक्षा 8, भागवत प्रिटिंग प्रेस, मथुरा
- हमारा इतिहास और नागरिक जीवन कक्षा 7, रामराजा प्रिंटर्स एण्ड पब्लिशर्स, बिजोली, झाँसी
- राजीव गृह विज्ञान कक्षा 9, राजीव प्रकाशन, इलाहाबाद
- सामाजिक विज्ञान कक्षा 9, राजीव प्रकाशन, इलाहाबाद
- राजीव गृह विज्ञान कक्षा 10, राजीव प्रकाशन, इलाहाबाद
- सामाजिक विज्ञान कक्षा 10, राजीव प्रकाशन, इलाहाबाद
- अर्थशास्त्र कक्षा 11, प्रथम प्रश्न पत्र, अर्थशास्त्र के सिद्धान्त, राजीव प्रकाशन, इलाहाबाद
- अर्थशास्त्र कक्षा 11, द्वितीय प्रश्न पत्र, भारत का आर्थिक विकास, राजीव प्रकाशन, इलाहाबाद
- समाजशास्त्र प्रथम व द्वितीय प्रश्न पत्र, कक्षा 11, राजीव प्रकाशन, इलाहाबाद
- अर्थशास्त्र कक्षा 12, प्रथम प्रश्न पत्र, अर्थशास्त्र के सिद्धान्त, राजीव प्रकाशन, इलाहाबाद
- अर्थशास्त्र कक्षा 12, द्वितीय प्रश्न पत्र, भारत का आर्थिक विकास, राजीव प्रकाशन, इलाहाबाद
- समाजशास्त्र प्रथम व द्वितीय प्रश्न पत्र, कक्षा 12, राजीव प्रकाशन, इलाहाबाद अध्ययन के पश्चात् शोधकर्ती ने यह पाया कि उपर्युक्त वर्णित किताबों में मात्र कक्षा – 9 में उपभोक्ता जागरुकता से सम्बन्धित सामग्री का वर्णन है।

6.1 कक्षा 9 की पाठ्य पुस्तक का आलोचनात्मक अध्ययन

उत्तर प्रदेश माध्यमिक शिक्षा परिषद के पाठ्यक्रम के अन्तर्गत सामाजिक विज्ञान कक्षा 9पाठ्य पुस्तक का अध्ययन किया गया जिसमें निम्न कमियाँ पाई गई –

- पाठ्यसामग्री में उपभोक्ता जागरुकता सम्बन्धित चित्रात्मक सामग्री (कार्टून सहित) का अभाव है।
- उपभोक्ता जागरुकता से सम्बन्धित नवीन/आधुनिक सामग्री का अभाव है।
- उपभोक्ता जागरुकता से सम्बन्धित उदाहरणों का अभाव है।
- पाठ्यपुस्तक की सामग्री अनाकर्षक (श्वेत–श्याम मात्र) है।
- पाठ्यसामग्री में क्रियात्मक गतिविधियों का अभाव है।
- पाठ्यपुस्तक में सन्दर्भ का अभाव है।
- उपभोक्ता जागरुकता पाठ अर्थव्यवस्था के मूल आधार के अन्तर्गत एक छोटे से अंश के रुप में दिया गया है।
- अपेक्षित महत्वपूर्ण सामग्री का उल्लेख ही नहीं है।
- प्रकरण के अनुसार लेखक परिचय का अभाव है।
- प्रकरण/पाठ के प्रारम्भ में 'सिंहावलोकन' का अभाव है।
- पाठ के अन्त में 'सारांश' एवं 'पुनरावर्तन' का अभाव है।
- महत्वपूर्ण बिन्दुओं को बाक्स बनाकर अलग से प्रदर्शित नहीं किया गया है।
- पाठ में महत्वपूर्ण शब्दों को विशिष्ट रूप (BOLDमोटा/ITALIC तिरछा/UNDERLINE रेखांकित/COLOURFUL रंगीन इत्यादि) से प्रदर्शित नहीं है।
- विषयवस्तु में रोचकता का अभाव है।
- उपभोक्ता जागरुकता से सम्बन्धित किसी भी प्रकार की आरेखीय सामग्री का प्रयोग नहीं किया गया है।
- उद्धरणों का अभाव है।
- उपभोक्ता जागरुकता से सम्बन्धित आकड़ों का अभाव है।
- किसी प्रकार की वेबलिंक व क्रियात्मक सी0डी0 का अभाव है।

6.2 समावेशन हेतु सुझाव

प्रस्तुत अध्ययन में शोधकर्ती ने उपभोक्ता जागरुकता सम्बन्धी विभिन्न क्षेत्रों का अध्ययन किया और उन्हें पाठ्यसामग्री विद्यार्थियों के लिए अत्यन्त उपयोगी पायातदानुसार पूर्व माध्यमिक, माध्यमिक एवं उच्च माध्यमिक स्तर के पाठ्यक्रम में समावेशन हेतु सुझाव निम्न प्रकार है–

तालिका 6.1 : समावेशन हेतु सुझाव

क्रम सं0	लघु शोध अध्याय/प्रकरण	समावेशन हेतु सुझाव
1.	अध्याय–3 उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम (सम्पूर्ण)	कक्षा–7 में सा0वि0 (अर्थशास्त्र)
2.	अध्याय–4 उपभोक्ता हितकारी शासकीय नियम व सिद्धान्त (सम्पूर्ण)	कक्षा–8 में सा0वि0 (अर्थशास्त्र)
3.	प्रकरण–5.1 विभिन्न वस्तुए/सामान खरीदते समय ध्यान देने योग्य आवश्यक बातें प्रकरण–5.2 दैनिक उपभोग की वस्तुओं के प्रति जागरुकता	कक्षा 9 में गृह विज्ञान
4.	प्रकरण–5.3 विद्युत उपकरण व इलेक्ट्रानिक वस्तुओं के प्रति जागरुकता	कक्षा 9 में सा0वि0 (अर्थशास्त्र)
5.	प्रकरण–5.4 सर्राफा से सम्बन्धित वस्तुओं के प्रति जागरुकता	कक्षा 10 में गृह विज्ञान
6.	प्रकरण–5.5.1 दवाओं की पहचान	कक्षा 10 में सा0वि0(अर्थशास्त्र)
7.	प्रकरण–5.5.2 आयुर्वेदिक दवायें प्रकरण–5.5.3 होम्योपैथिक दवायें प्रकरण–5.5.4 ऐलोपैथिक दवायें	कक्षा 11 में अर्थशास्त्र
8.	प्रकरण–5.5.5 दवाएं खरीदते समय रखी जाने वाली सावधनियां	कक्षा 11 में गृह विज्ञान
9.	प्रकरण–5.6 वस्त्रों के प्रति जागरुकता	कक्षा 12 में अर्थशास्त्र
10.	प्रकरण–5.7 त्योहारों में जागरुकता	कक्षा 12 में गृह विज्ञान

अध्याय सप्तम : निष्कर्ष व सुझाव

7.1 अनुसंधान निष्कर्ष

प्रस्तुत लघु शोध को विभिन्न उद्देश्यों के आधार पर अध्ययन किया गया है व निम्न निष्कर्ष ज्ञात हुए हैं–

उद्देश्य 1 उपभोक्ताओं के विभिन्न अधिकारों का अध्ययन करना।

निष्कर्ष – शोधकर्त्री ने प्रस्तुत लघुशोध में उपभोक्ताओं के विभिन्न अधिकारों का अध्ययन किया है। इसमें शोधकर्त्री ने उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम में वर्णित उपभोक्ताओं के 6 अधिकार क्रमशः सुरक्षा का अधिकार, सूचना पाने का अधिकार, चुनने का अधिकार, सुने जाने का अधिकार, विवाद सुलझाने का अधिकार व उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार के बारे में अध्ययन किया है।

उद्देश्य 2 उपभोक्ताओं की शिकायत एवं निवारण प्रक्रिया का अध्ययन करना।

उद्देश्य 2.1 उपभोक्ताओं की शिकायत का अध्ययन करना।

निष्कर्ष – शोधकर्त्री ने उपभोक्ताओं की शिकायत व निवारण प्रक्रिया का अध्ययन करके शिकायत करने के कारणों का अध्ययन किया, इसमें शिकायतें क्या–क्या हो सकती हैं, कौन शिकायत कर सकता है, शिकायत कैसे दायर करें, शिकायत कहाँ दायर करें, शिकायत करने के समय, फीस, गलत शिकायत करने पर जुर्माना व शिकायत दर्ज करते समय ध्यान देने योग्य बातों का अध्ययन किया। शोधकर्त्री ने उपभोक्ताओं को प्राप्त होने वाले क्षतिपूर्ति व दण्ड का भी अध्ययन किया। प्रस्तुत अध्ययन में आनलाईन शिकायत करना व उपभोक्ता हेल्पलाइन नम्बर का भी अध्ययन किया गया है।

उद्देश्य 2.2 उपभोक्ताओं की निवारण प्रक्रिया का अध्ययन करना।

निष्कर्ष –इसमें शोधकर्त्री ने उपभोक्ताओं की परेशानियों का अध्ययन कर उपभोक्ता संरक्षण का संघटनात्मक स्वरूपों को बताया है। इसमें उपभोक्ताओं के लिए बनाई गई विभिन्न सुरक्षा परिषद, उपभोक्ता विवाद निवारण एजेन्सियों के अन्तर्गत जिला उपभोक्ता विवाद निवारण फोरम, राज्य उपभोक्ता विवाद निवारण आयोग व राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद निवारण आयोग पर अध्ययन किया गया है जो उपभोक्ताओं की परेशानियों के निवारण में सहयोग देती है।

उद्देश्य 3 माप–तौल के नियमों का अध्ययन करना।

निष्कर्ष – शोधकर्त्री ने उपभोक्ताओं के आवश्यक ज्ञान के लिए माप–तौल के नियमों का अध्ययन किया है। इसमें बांट, माप, लम्बाई मापक, तराजू, पेट्रोल, डीजल पम्प, इलेक्ट्रानिक मशीनों, पैकेजिंग व लेबलिंग के नियमों का अध्ययन करके उपभोक्ता जागरुकता को एक नई दिशा दी है, इन महत्वपूर्ण तथ्यों की जानकारी से उपभोक्ता अधिक से अधिक जागरुक अवश्य होगें।

उद्देश्य 4 प्रमाणिकरण चिन्हों का अध्ययन करना।

निष्कर्ष – शोधकर्त्री ने उपभोक्ता जागरुकता हेतु विभिन्न प्रमाणिकरण चिन्ह FPO, ISI MARK, AG MARK, HALL MARK, INDIA ORGANIC MARK, ECO MARK, SILK MARK, WOOL MARK, ISO MARK का अध्ययन किया है।

उद्देश्य 5 पैकजों और लेवलों पर इस्तेमाल होने वाले प्रतीकों का अध्ययन करना।

निष्कर्ष – शोधकर्त्री ने प्रस्तुत अध्ययन में पैकज व लेवलों पर इस्तेमाल होने वाले प्रतीक होलोग्राम, रिसाइकिल मार्क, बीईई लेबल, वेज और नानवेज मार्क का अध्ययन किया।

उद्देश्य 6 उपभोक्ता जागरुकता की नवीन प्रवृत्तियों का अध्ययन करना।

निष्कर्ष – शोधकर्त्री ने उपभोक्ता जागरुकता के सम्बन्ध में शिकायत की ऑनलाइन प्रक्रिया का अध्ययन किया है तथा उपभोक्ता जागरुकता के सम्बन्ध में ऑनलाइन सुविधाओं का उल्लेख किया व शिकायत दर्ज कराने की प्रक्रिया को सरलता से समझाया।

उद्देश्य 7 पाठ्य पुस्तकों में उपभोक्ता जागरुकता सम्बन्धी सामग्री का आलोचनात्मक अध्ययन करना।

उद्देश्य 7.1 पाठ्य पुस्तकों में उपभोक्ता जागरुकता सम्बन्धी सामग्री का अध्ययन करना।

निष्कर्ष– शोधकर्त्री ने माध्यमिक शिक्षा परिषद में प्रचलित सामाजिक विज्ञान व गृहविज्ञान की कक्षा 6 से 12 तक की पुस्तकों का अध्ययन किया और यह पाया कि कक्षा 6 से 8 व कक्षा 10 से 12 तक की पुस्तकों में उपभोक्ता जागरुकता सम्बन्धी सामग्री का अभाव है मात्र कक्षा 9 में उपभोक्ता जागरुकता का समावेशन है जिसमें उपभोक्ता संरक्षण, उपभोक्ता को राहत, उपभोक्ता के अधिकार, उपभोक्ता जागरुकता, उपभोक्ता शिक्षा, उपभोक्ताओं की अपेक्षाएं, सार्वजनिक वितरण प्रणाली का महत्व व आवश्यकता, सार्वजनिक वितरण प्रणाली के मुख्य अंग, दोष व सुधारों का वर्णन है और यह पाया कि उपर्युक्त वर्णित पाठ्य सामग्री छात्रों के लिए एक उपभोक्ता के रुप में अनुप्रयोगी है।

उद्देश्य 7.2 पाठ्य पुस्तकों में उपभोक्ता जागरुकता सामग्री का आलोचनात्मक अध्ययन करना।

निष्कर्ष – शोधकर्त्री ने कक्षा 9 की सामाजिक विज्ञान की पाठ्य पुस्तक का आलोचनात्मक अध्ययन किया व पाया कि पाठ्य सामग्री में आपेक्षित महत्वपूर्ण सामग्री का उल्लेख ही नहीं है। चित्रात्मक सामग्री, क्रियात्मक सामग्री, उदाहरणों, संदर्भ, लेखक परिचय सारांश, पुनरावर्तन, महत्वपूर्ण बिन्दुओं आदि का अभाव है व पाठ के प्रारम्भ में सिंहवालोकन का भी अभाव है, पाठ में आने वाले महत्वपूर्ण बिन्दुओं को विशेषतम रुप से भी प्रदर्शित नहीं किया गया है, किसी भी प्रकार की वेबलिंक व क्रियात्मक सी0डी0 का भी अभाव पाया, यहां तक कि विषयवस्तु में रोचकता ही नहीं है, प्रकरण से सम्बन्धी आरेखिय सामग्री व आकंड़ों का प्रयोग भी नहीं किया गया है यह पाया कि इस तरह से पाठ का अध्ययन करने से छात्रों में निरसता आ रही और यह उनकों लिए अनुप्रयोगी भी है।

उद्देश्य 8 उपभोक्ता जागरुकता सम्बन्धी तथ्यों को पाठ्यक्रम में समावेशन हेतु सुझाव प्रस्तुत करना।

निष्कर्ष – शोधकर्त्री ने प्रस्तुत अध्ययन में वर्णित विभिन्न क्षेत्रों को छात्र–छात्राओं के पाठ्यक्रम में समावेशन हेतु प्रकरण व सुझावित कक्षा प्रस्तुत की है। लघु शोध का अध्याय तृतीय, चतुर्थ सम्पूर्ण व पंचम के विभिन्न प्रकरण विविध कक्षाओं व विषय के लिए सुझावित है। अध्याय तृतीय व चतुर्थ सम्पूर्ण क्रमशः कक्षा 7 व 8 के सामाजिक विषय के उपविषय भूगोल के अंश अर्थशास्त्र में सम्मलित किए जाने का सुझाव प्रस्तुत किया है, अध्याय पंचम के विविध प्रकरण 5.1 व 5.2, 5.4, 5.5.5, 5.7 क्रमशः कक्षा 9, 10, 11 व 12 की गृहविज्ञान पाठ्य पुस्तक के लिए सुझावित है। इसी प्रकार अध्याय पंचम के प्रकरण 5.3 व 5.5.1 क्रमशः कक्षा 9 व 10 के सामाजिक विषय के अंश अर्थशास्त्र में सुझावित है। तथा अध्याय पंचम के प्रकरण 5.5.2, 5.5.

3, 5.5.4 कक्षा 11 में व प्रकरण 5.6 कक्षा 12 में प्रचलित अर्थशास्त्र की पाठ्यपुस्तक के लिए सुझाव प्रस्तुत किए है।

उद्देश्य 9 खाद्य पदार्थों में मिलावट व धोखाधड़ी का अध्ययन करना।

निष्कर्ष शोधकर्त्री ने प्रस्तुत लघु शोध में विभिन्न खाद्य पदार्थों, मसालों, पैकेट बन्द खाद्य पदार्थ, दूध, दही मिठाइयों, होली के रंगो आदि में होने वाली मिलावट व धोखाधड़ी का विस्तृत अध्ययन किया है और पाया कि सामान्य जन, गृहणियां, छात्रों में मिलावट सम्बन्धी जागरुकता का बहुत अभाव है वह खाद्य पदार्थो में उनसे मिलती—जुलती वस्तुओं का प्रयोग करके मिलावट की जाती है जो शरीर के विभिन्न अंगों पर बुरा प्रभाव डालते है। पैकेट बन्द खाद्य पदार्थों में वेज—नॉन वेज, विभिन्न लेबलों से सम्बन्धी जागरुकता का अभाव पाया और वे उसमें प्रयोग होने वाले संघटकों को भी नजर अन्दाज करते है वे पैकेट बन्द के नाम पर क्षेत्रीय/स्थानीय/लोकल खाद्य पदार्थों का भी सेवन करते है जो हाइजीन तरीके से नहीं बने होते है। आजकल दूध, दही, मिठाइयां भी सिन्थेटिक पदार्थो से बनी होती है। उपभोक्ताओं इस बात को जानते हुए भी अंजान बने रहते है, उन्हें केवल अपनी आवश्यकता से तात्पर्य होता है। त्योहारों में इनमें मिलावट और तेजी से होने लगती है अतः शुद्ध सामग्री नहीं मिल पाती है जो उपभोक्ताओं की सेहत से खिलवाड है। होली के रंगों में रासायनिक सामग्री का प्रयोग धड़ल्ले से हो रहा है जो त्वचा पर विपरीत प्रभाव डालते है इस क्षेत्र में छात्रों की जागरुकता नाममात्र की है अभिभावक इन खतरों को जानते है पर परम्परा, त्योहार के नाम पर चुप रहते हैं।

उद्देश्य 10 विभिन्न वस्तुएं क्रय करते समय रखी जाने वाली सावधानियों का अध्ययन करना।

उद्देश्य 10.1 मसाले क्रय करते समय रखी जाने वाली सावधानियों का अध्ययन करना।

निष्कर्ष— शोधकर्त्री ने मसालों को क्रय करते समय वेज—नानवेज, मार्क, लेवलों, EXPIRE DATE, संघटक, आदि का उपभोक्ता जागरुकता के सम्बन्ध में अध्ययन किया है और यह पाया कि उपभोक्ता इन बातों का बहुत ही कम ध्यान देते है। वे पैकेट के मसालों का कम प्रयोग करके खुले मसालों का ज्यादा पसन्द करते है जिसमें शत—प्रतिशत मिलावट रहती हैं। खुले मसालों में उनसे मिलती जुलती वस्तुओं का प्रयोग का किया जाता है जिसे उपभोक्ता असली समझकर खरीदता है और घर पर उसको पिसवाना, भरना आदि करता है और सोचता है कि वह शुद्ध वस्तुओं का प्रयोग कर रहा है उसे असली नकली की सही से पहचान न होने के कारण वह कई असाध्य बिमारियों के चपेटे में आ जाता है।

उद्देश्य 10.2 पैकेट बन्द वस्तुएं क्रय करते समय रखी जाने वाली सावधानियों का अध्ययन करना।

निष्कर्ष—शोधकर्त्री ने पैकेट बन्द फास्टफूड, इन्सटेन्ट सामान आदि में संघटक, मार्क, लेवलों, EXPIRE DATE का उपभोक्ता जागरुकता के सम्बन्ध में अध्ययन किया है और पाया कि पैकेट बन्द फास्टफूड, इन्सटेन्ट सामान के संघटकों, लेवलों आदि के बारे में जागरुकता लगभग शून्य है। आजकल का युवा खासतौर से नौकरी पेशा वाले, छात्र आदि समय की बचत के लिए फास्टफूड व इन्सटेन्ट सामान का प्रयोग अधिक करती है परन्तु उसे इसमें प्रयोग होने वाले वनस्पति तेलो, मसालों, संघटकों आदि के प्रति कोई जागरुकता नहीं है वह इनका प्रयोग अपनी आवश्यकता पूरी करने के लिए करता फास्टफूड बिना हाईजीन के बाजार

में खुले रुप में गली–गली मिल रहे छात्र इन्हें बड़े चाव से पसन्द करते है जिससे उनकी रोगप्रतिरोधक क्षमता घट रही है और वह पेट सम्बन्धी, स्नायु सम्बन्धी बिमारियों के चपेट में आ रहें है।

उद्देश्य 10.3 दूध–दही मिठाईयां क्रय करते समय रखी जाने वाली सावधानियों का अध्ययन करना।

निष्कर्ष – शोधकर्त्री ने दूध–दही व मिठाईयों की गुणवत्ता का उपभोक्ता जागरुकता के सम्बन्ध में अध्ययन किया है, त्योहारों में उपर्युक्त वस्तुओं में होने वाली मिलावट का अध्ययन किया है और पाया कि दूध–दही, मिठाईयां को बनाने में हाईजीन का ध्यान नहीं रखा जाता उन्हें सिन्थेटिक पदार्थो का से बनाया जाता है या वास्तविकता में परिवर्तन करके अन्य चीजों का प्रयोग किया जाता है जैसे सफेद छेने को बनाने के लिए ब्रेड का प्रयोग करना, इमारती को बनाने के लिए उरद की दाल की जगह दो दिन पुरानी मैदा का प्रयोग करना उसमें अखाद्य रंग का प्रयोग इत्यादि कई मिलावट व स्वास्थ के प्रति धोखाधड़ी हो रही ये मिलावट त्योहारों के समय और बढ़ जाती है पनीर, खोआ इत्यादी खरीदने से बचना चाहिए। दूध, मिठाईयों की तौल में कमी की जाती है दूध को क्रीम निकालकर बेचा जाता है, आरारोट मिलाकर दही व मिठाइयां बनायी जाती है जो शरीर में उचित पोषण नहीं देती है।

उद्देश्य 10.4 दवाइयों को क्रय करने में रखी जाने वाली सावधानियों का अध्ययन करना।

निष्कर्ष –शोधकर्त्री ने दवाओं की पहचान, जेनरिक दवाएँ vs ब्राण्डेड दवायों, जेनरिक दवाओं के नाम, आयुर्वेदिक दवायें, होम्योपैथिक दवायें, ऐलोपैथिक दवायें व दवायें खरीदते समय रखी जाने वाली विशेष सावधानियों का उपभोक्ता जागरुकता के सम्बन्ध में अध्ययन किया है और पाया कि उपभोक्ता दवाइयों को खरीदते समय केवल EXPIRE DATE ही देखते है कभी–कभी होता है कि जो दवा खरीदने जाए उसे न देकर उससे मिलती जुलती दवा दे देते है और कहते कि वही काम करेगी जो यह करती है परन्तु उसके संघटकों में कुछ कमी या परिवर्तन होता है जिससे सामान्य जन अन्जान होता है इसी प्रकार आयुर्वेदिक दवाओं के नाम से स्थानीय/क्षेत्रीय/लोकल वस्तुओं का इस्तेमाल करके वास्तविक दवाओं से मिलती जुलती दवायें बनायी जा रही है जो कारकर नहीं है जैसे दशमूलारिष्ट, अशोकारिष्ट आदि। जेनरिक दवाइयां सस्ती तो होती है । परन्तु कमीशन की लालच में आकर वे इनको प्रिफर नहीं करते है।

उद्देश्य 10.5 कपड़ों को खरीदते समय रखी जाने वाली सावधानियों का अध्ययन करना।

निष्कर्ष –शोधकर्त्री ने कपड़े की सही पहचान, कॉटन vs विसकस व खरीदते समय रखी जाने वाली विशेष सावधानियों का उपभोक्ता जागरुकता के सम्बन्ध में अध्ययन किया है और पाया कि बाजार में कपड़ों में भी धोखाधड़ी की जा रही है कॉटन के नाम पर टेरीकॉट, पोलिस्टर, माड़, विस्कोस वाले कपड़ों को बेचा जा रहा है जागरुकता के अभाव से सामान्य जन इससे पूर्णतः अनभिज्ञ है आजकल कपड़े भी हानिकारक रासायनिकों से बनने लगे है जिससे त्वचा सम्बन्धित रोग हो रहे है। सबसे ज्यादा युवा छात्र इसके शिकार हो रहे है क्योंकि फैशन के कारण युवा खादी, कॉटन के कपड़ों का चुनाव कम करते है व अन्य कपड़े जैसे जीन्स, नेट, सिलिकन आदि।

उद्देश्य 10.6 विद्युत उपकरण/इलेक्ट्रानिक वस्तुओं को खरीदते समय रखी जाने वाली सावधानियों का अध्ययन करना।

निष्कर्ष –शोधकर्त्री ने विभिन्न भारतीय कम्पनियों व ब्राण्डों के नाम अध्ययन किया व क्रय करते समय रखी जाने वाली विशेष सावधानियों का उपभोक्ता जागरुकता के सम्बन्ध में अध्ययन किया है और पाया कि सामान्य जन विद्युत उपकरणों व इलेक्ट्रानिक सामान खरीदनें में भी किसी भी प्रकार से जागरुक नहीं है उसे सामानों के ऊर्जा संरक्षण, रेडियेशन आदि की जानकारी भी नहीं है वह अपनी आवश्यकता के अनुसार इनका प्रयोग करती है। कुछ विद्युत उपकरण इको फ्रेन्डली भी नहीं है जो मानव के साथ – साथ पर्यावरण को भी नुकसान पहुचाते हैं। अतः इस आवश्यक तथ्य से भी सामान्य जन, छात्र, युवा अभी अनभिज्ञ है।

उद्देश्य 10.7 आभूषणों को खरीदते समय रखी जाने वाली सावधानियों का अध्ययन करना।

निष्कर्ष –शोधकर्त्री ने सोना–चाँदी खरीदते समय रखी जाने वाले आवश्यक सावधानियों, धोखधड़ी से बचाव का उपभोक्ता जागरुकता के सम्बन्ध में अध्ययन किया है और पाया कि आभूषणों में मिलावट की शत–प्रतिशत गुंजाइश रहती है और इसमें हुयी मिलावट साधारणतः सामान्य जन के समझ से परे होती है। सराफा व्यापारी कैरेट में सोना–चाँदी, हीरे आदि खरीदे है और ग्राम व रत्ती में बेचते है और आम जनता को बेवकूफ बना कर अधिक से अधिक मुनाफा कमाते है।

7.2 शैक्षिक उपादेयता

कोई भी शैक्षिक अनुसंधान इसलिए किया जाता है कि शिक्षा के क्षेत्र में उत्पन्न होने वाली विभिन्न समस्याओं को पहचान कर उसका निदान किया जा सके और उन समस्याओं का समाधान ढूढ़ने का प्रयास किया जा सकें। ऐसे अनुसंधान तभी सार्थक हो सकते हैं जब उसका कोई शैक्षिक महत्व हो तथा उसका लाभ छात्र वर्ग को प्राप्त हो सके।

प्रस्तुत लघु शोध 'उपभोक्ता जागरुकता : एक समप्रत्यात्मक अध्ययन' के शैक्षिक महत्व का लाभ छात्र, अभिभावक, विद्यालय, शिक्षक, समाज जागरुक होकर उठा सकता है।

प्रस्तुत लघु शोध के अध्याय 3 से अध्याय 5 तक पूर्व माध्यमिक, माध्यमिक व उच्च माध्यमिक कक्षाओं में समावेशन हेतु प्रस्तावित है। विद्यार्थी उपभोक्ता जागरुकता के विभिन्न क्षेत्रों को गहराई से समझ कर सफल जीवन व्यतीत कर सकेंगे।

प्रस्तुत लघु शोध शोधकर्ती द्वारा माध्यमिक शिक्षा परिषद द्वारा प्रचलित पाठ्यक्रम पुस्तक सामाजिक विज्ञान कक्षा 9 का आलोचनात्मक अध्ययन कर पाठ्य पुस्तक की कमियों पर ध्यान आकृष्ट करने का प्रयास किया गया है। पाठ्यक्रम निर्माता इन कमियों को दूर कर पाठ्यक्रम में सुधार/संशोधन कर सकते हैं। इस प्रकार प्रस्तुत अध्ययन पाठ्यक्रम निर्माताओं के लिए अत्यन्त सहायक सिद्ध होगा।

यह अध्ययन सभी छात्रों के लिए अत्यन्त उपयोगी है। इसका अध्ययन कर वे अच्छे विद्यार्थी के साथ साथ कुशल उपभोक्ता के रूप में परिणित हो सकेंगे।

प्रस्तुत अध्ययन सरकार/प्रशासनिक वर्ग के लिए भी उपयोगी है। लघु शोध मे इंगित की गई मिलावटें एवं धोखाधडी पर अंकुश लगाने/निगरानी करने में मार्गदर्शक सिद्ध होगी।

प्रस्तुत लघु शोध अध्ययन NGOs के लिए भी उपयोगी है। लघुशोध में दर्शायी गई सावधानियों, उपभोक्ताओं के अधिकारों के आधार पर उनके विषय में सार्थक प्रयास करने/आवाज उठाने में समर्थ हो सकेंगे।प्रस्तुत अध्ययन शिक्षकों के लिए भी लाभप्रद है शिक्षक पाठ्यक्रम में समावेशित उपभोक्ता जागरुकता के विभिन्न क्षेत्रों के अध्ययन व अध्यापन से छात्रों के साथ–साथ स्वयं भी जागरुक होगें।

इसी प्रकार लघु शोध का अध्ययन शिक्षकों, अभिभावकों एवं जनसामान्य को जागरूक उपभोक्ता बनाने में निश्चय ही सहायक सिद्ध होगा।

7.3 शोध अध्ययन के सुझाव

प्रस्तुत लघु शोध के सम्पादन में विभिन्न चरणों में शोधकर्त्री द्वारा उपभोक्ता जागरुकता के विभिन्न क्षेत्रों के अध्ययन के फलस्वरूप प्राप्त निष्कर्षों के आधार पर निम्नलिखित महत्वपूर्ण सुझाव प्रस्तुत किये जा रहे हैं–

❖ ***प्रशासन हेतु सुझाव–***

उपभोक्ताओं में जागरुकता लाने हेतु हमारा प्रसाशन भी प्रयासरत है परन्तु कुछ ऐसे बिन्दु हैं जो अभी सुधारात्मक कार्यों से वंचित हैं। अध्ययन के समय शोधकर्त्री ने यह पाया कि सरकार विभिन्न सरकार व सम्प्रेषण माध्यमों की सहायता से जनमानस को जागरुक करती है। परन्तु यह प्रयास पर्याप्त नहीं है। विशेषकर ग्रामीण क्षेत्रो में ऐसी जागरुकता का अत्यन्त अभाव है। अतः समय–समय पर प्रशासन को मुनादी द्वारा, व्यापक स्तर पर दीवार लेखन, बैनर–पोस्टर द्वारा, नुक्कड़ नाटक इत्यादि कार्य किये जाने की आवश्यकता है। इसके अतिरिक्त सोशल मीडिया, समाचार पत्रों, संचार सम्प्रेषण माध्यमों का प्रचार–प्रसार करने की आवश्यकता है।

मिलावटों पर प्रसाशन द्वारा कार्यवाही को और अधिक पारदर्शी बनाए जाने की आवश्यकता है। प्रशासन द्वारा उपभोक्ता प्रकरणों/मिलावट की शिकायत हेतु वाट्सअप/आनलाइन पोर्टल की व्यवस्था सुलभ होनी चाहिए।

दुकानों पर मिलावट के सम्बन्ध में सरकारी शिकायती नम्बरों को बड़े अक्षरों में पट पर प्रदर्शित करना अनिवार्य किया जाना चाहिए।

❖ ***पाठ्यक्रम निर्माताओं हेतु सुझाव***

प्रस्तुत लघु शोध अध्ययन में शोधकर्त्री ने माध्यमिक शिक्षा परिषद द्वारा प्रचलित पाठ्य पुस्तक समाजिक विज्ञान कक्षा 9का आलोचनात्मक अध्ययन कर पाठ्यपुस्तक की कमियों को पाठ्यक्रम निर्माताओं को इंगित किया है। निर्माताओं द्वारा इन कमियों के दृष्टिगत नवीन पाठ्यक्रम रचना/वर्तमान पाठ्यक्रम में संशोधन किया जाना चाहिए। शोधकर्त्री द्वारा उपभोक्ता जागरुकता के विभिन्न क्षेत्रों को पाठ्यक्रम (पूर्व माध्यमिक, माध्यमिक व उच्च माध्यमिक) में समावेशन हेतु सुझाव प्रस्तुत किए है जो पाठ्यक्रम निर्माताओं के लिए सहायक सिद्ध होगें। पाठ्यक्रम निर्माता इन सुझावों को माध्यमिक शिक्षा परिषद की प्रस्तावित पाठ्यपुस्तकों में समावेशित कर पाठ्यक्रम को रुचिकर, सार्थक व जीवनोपयोगी बना सकते है। इससे विद्यार्थी समुचित रुप से लाभान्वित हो सकेगें।

❖ ***शिक्षकों के लिए***

शिक्षक उपभोक्ता जागरुकता सम्बन्धी विभिन्न प्रकरणों पर वाद–विवाद प्रतियोगिता, भाषण प्रतियोगिता, सेमिनॉरों, कार्यशाला, नुक्कड़ नाटक सम्बन्धित वीडियों, फिल्म प्रदर्शन आदि का

आयोजन करवाएं। जिससे शिक्षक छात्रों के माध्यम से जन मानस को जागरुक करके अपने शिक्षक धर्म को फलीभूत कर सकें।

❖ *छात्रों के लिए*

- छात्र घर के प्रत्येक खरीददारी में सक्रिय भूमिका निभायें, जागरुक रहें तथा किसी भी अन्याय के प्रति आवाज बुलन्द करें।
- छात्र नवीनतम सामग्री को ढूढ़ना अपनी आदत का एक अंग बनायें।
- सोशल मीडिया द्वारा जन–जन तक विभिन्न जानकारियां प्रचारित व प्रसारित करें।
- किसी भी उपभोक्ता जागरुकता सम्बन्धी पीड़ित व्यक्ति की मदद करें, शिकायत करने में उसकी मदद करें।
- उपभोक्ता जागरुकता सम्बन्धी गतिविधियों/कार्यक्रमों में बढ़–चढ़ कर सहभागिता करें।
- उपभोक्ता जागरुकता के विभिन्न प्रकरणों से शिक्षा लें व उन्हें परिवारीजन एवंज न सामान्य के सामने उजागर करें।
- स्वयं के माध्यम से उपभोक्ता जागरुकता सम्बन्धी सफलतापूर्वक निस्तारित प्रकरणों का संग्रह करें एवं जनमानस के प्रकाश में लाए।
- छात्र उपभोक्ताओं के मध्य प्रचलित रुढ़िवादी उपभोक्ता परम्पराओं का खण्डन कर मितव्यता अपनाएं। जैसे– दीवाली पर पटाखें छुटाना, होली पर रासायनिक रंगों का प्रयोग करना इत्यादि।

❖ *अन्य सुझाव*

- गृहणियों को समाचार पत्र, पत्र–पत्रिकाओं, टी0वी0, रेडियों इत्यादि में आने वाले उपभोक्ता जागरुकता सम्बन्धी विज्ञापनों को गहराई से लेना चाहिए व उन पर अमल करना चाहिए।
- फिल्म, पत्र–पत्रिकाओं एवं दैनिक समाचार–पत्रों में एक निश्चित समयावधि/स्थान पर उपभोक्ता जागरुकता सम्बन्धी आवश्यक जानकारी व तथ्य अनिवार्य रुप से प्रकाशित/प्रचारित अवश्य किया जाना चाहिए जिससे जन मानस सतर्क एवं लाभान्वित हो सके।
- उपभोक्ता जागरुकता से सम्बन्धी शिकायतों के पूर्ण निर्णयों को समय–समय पर समाचार पत्रों पर प्रकाशित करवाना चाहिए ताकि जन मानस उपभोक्ता जागरुकता के प्रति आकर्षित हो व स्वयं जागरुक हो।
- उपभोक्ता जागरुकता का अध्ययन इण्टरमीडिएट में केवल कला वर्ग के विद्यार्थियों के विषयों में रहता हे विज्ञान वर्ग में नहीं अतः यह प्रकरण प्रत्येक शिक्षा वर्ग के लिए अनिवार्य होना चाहिए/एक अनिवार्य सामान्य विषय के रुप में अवश्य पढ़ाया जाना चाहिए।

7.2 भावी अध्ययन के लिए सुझाव

शोधकर्त्री ने प्रस्तुत लघु शोध समय एवं संसाधनों की कमी के कारण परिधि में रहकर किया गया। कोई भी अनुसंधान कार्य कभी सम्पूर्ण नहीं होता और उससे भी आगे शोध करने की संभावनाएं हमेशा बनी रहती हैं। प्रस्तुत अध्ययन से सम्बन्धित समस्या के क्षेत्र में भी अन्य कई अनुसंधान कार्य किए जा सकते है। अतः भावी लघु शोध हेतु निम्न सुझाव प्रस्तुत है–

- प्रस्तुत अध्ययन सी0बी0एस0सी0 बोर्ड, एन0सी0आर0टी0, मुक्त विद्यालयों, आई0सी0एस0ई0 बोर्ड, एम0पी0 बोर्ड तथा अन्य राज्यों के बोर्ड इत्यादि के पाठ्यक्रम पर किया जा सकता है।

- प्रस्तुत अध्ययन पूर्व माध्यमिक, माध्यमिक, उच्च माध्यमिक, स्नातक तथा परास्नातक स्तर पर भी किया जा सकता है।
- यह अध्ययन उ0प्र0 पर ही केन्द्रित है, इसे अन्य राज्यों के आधार पर भी किया जा सकता है।
- Try Out करके व उसके परिणाम लिखकर उसका समावेशन के आधार पर भी किया जा सकता है।

संदर्भ ग्रंथ सूची

1. गुप्ता, एस0, पी0 (2015), अनुसंधान संदर्शिका : सम्प्रत्यय, कार्यविधि एवं प्रविधि, नवीन संसोधित संस्करण, इलाहाबाद : शारदा पुस्तक भवन, पृष्ठ–107।
2. गुप्ता, एस0, पी0 (2015), अनुसंधान संदर्शिका : सम्प्रत्यय, कार्यविधि एवं प्रविधि, नवीन संसोधित संस्करण, इलाहाबाद : शारदा पुस्तक भवन, पृष्ठ–56।
3. दिव्या गृह विज्ञान कक्षा 6, दिव्या प्रकाशन
4. पृथ्वी और हमारा जीवन कक्षा 6, वीर बुन्देलखण्ड प्रेस, झाँसी
5. हमारा इतिहास और नागरिक जीवन कक्षा 6, वीर बुन्देलखण्ड प्रेस, झाँसी
6. दिव्या गृह विज्ञान कक्षा 7, दिव्या प्रकाशन
7. पृथ्वी और हमारा जीवन कक्षा 7, भागवत प्रिटिंग प्रेस, मथुरा
8. हमारा इतिहास और नागरिक जीवन कक्षा 7, रामराजा प्रिंटर्स एण्ड पब्लिशर्स, बिजोली, झाँसी
9. गृह शिल्प कक्षा 8, भगवत प्रिटिंग प्रेस, मथुरा
10. पृथ्वी और हमारा जीवन कक्षा 8, भागवत प्रिटिंग प्रेस, मथुरा
11. हमारा इतिहास और नागरिक जीवन कक्षा 7, रामराजा प्रिंटर्स एण्ड पब्लिशर्स, बिजोली, झाँसी
12. राजीव गृह विज्ञान कक्षा 9, राजीव प्रकाशन, इलाहाबाद
13. सामाजिक विज्ञान कक्षा 9, राजीव प्रकाशन, इलाहाबाद
14. राजीव गृह विज्ञान कक्षा 10, राजीव प्रकाशन, इलाहाबाद
15. सामाजिक विज्ञान कक्षा 10, राजीव प्रकाशन, इलाहाबाद
16. अर्थशास्त्र कक्षा 11, प्रथम प्रश्न पत्र, अर्थशास्त्र के सिद्धान्त, राजीव प्रकाशन, इलाहाबाद
17. अर्थशास्त्र कक्षा 11, द्वितीय प्रश्न पत्र, भारत का आर्थिक विकास, राजीव प्रकाशन, इलाहाबाद
18. समाजशास्त्र प्रथम व द्वितीय प्रश्न पत्र, कक्षा 11, राजीव प्रकाशन, इलाहाबाद
19. अर्थशास्त्र कक्षा 12, प्रथम प्रश्न पत्र, अर्थशास्त्र के सिद्धान्त, राजीव प्रकाशन, इलाहाबाद
20. अर्थशास्त्र कक्षा 12, द्वितीय प्रश्न पत्र, भारत का आर्थिक विकास, राजीव प्रकाशन, इलाहाबाद

Webliography

1- https://hi.wikipedia.org/wiki/%E0%A4%89%E0%A4%AA%E0%A4%AD%E0%A5%8B%E0%A4%95%E0%A5%8D%E0%A4%A4%E0%A4%BE_%E0%A4%9C%E0%A4%BE%E0%A4%97%E0%A4%B0%E0%A5%81%E0%A4%95%E0%A4%A4%E0%A4%BE
2- http://www.mahashakti.org.in/2015/07/consumer-awareness.html
3- http://www.indiastudychannel.com/resources/154880-Consumer-awarness-importance-consumer-awareness-rights-consumers.aspx
4- http://theviewspaper.net/consumer-awareness/
5- https://www.quora.com/What-is-the-meaning-of-conceptual-study
6- http://www.chauthiduniya.com/2012/09/consumer-law-and-we-awaken-awaken-client.html
7- http://navbharattimes.indiatimes.com/-isi-/articleshow/7127709.cms
8- https://happyhindi.com/jago-grahak-jago-consumer-complaint-online/
9- http://shodhganga.inflibnet.ac.in/simple-search?location=%2f&query=consumer+awareness&rpp=10&sort_by=score&order=desc
10- https://www.slideshare.net/Suaj/consumers-rights-and-responsibilites ppt?next_slideshow=1
11- https://sol.du.ac.in/mod/book/view.php?id=1475&chapterid=1398
12- http://www.upcharaurprayog.com/2015/10/these-toxic-fruit-and-vegetables.html
13- https://hindi.news18.com/photogallery/chemical-injections-injected-to-watermelon-for-artificial-color-479171.html
14- http://www.jagrantoday.com/2016/04/vishakt-fal-or-sabjiyan-toxic-fruit-and.html
15- http://www.manidharitimes.com/injections-are-cooked-vegetables/
16- http://www.essaysinhindi.com/health/adulteration/%E0%A4%AE%E0%A4%BF%E0%A4%B2%E0%A4%BE%E0%A4%B5%E0%A4%9F-%E0%A4%95%E0%A4%BE-%E0%A4%9C%E0%A4%B9%E0%A4%B0-%E0%A4%B8%E0%A5%8D%E0%A4%B5%E0%A4%BE%E0%A4%B8%E0%A5%8D%E0%A4%A5%E0%A5%8D%E0%A4%AF-%E0%A4%AA/4076
17- https://www.bhaskar.com/news/MP-JBL-OMC-apply-the-new-sticker-expiry-goods-food-department-is-overlooked-5042658-NOR.html
18- https://manaskhatri.wordpress.com/2010/06/10/price-hike-manas/
19- http://nishamittal.jagranjunction.com/2012/09/23/%E0%A4%B8%E0%A4%AC-%E0%A4%95%E0%A5%81%E0%A4%9B-%E0%A4%AE%E0%A4%BF%E0%A4%B2%E0%A4%BE%E0%A4%B5%E0%A4%9F%E0%A5%80-%E0%A4%B9%E0%A5%88-%E0%A4%A4%E0%A4%A8%E0%A4%A7%E0%A4%A8-%E0%A4%B8%E0%A5%87-%E0%A4%B2/
20- https://hamarisehat.wordpress.com/tag/%E0%A4%AB%E0%A5%8D%E0%A4%B0%E0%A5%8B%E0%A4%9C%E0%A4%A8-%E0%A4%A1%E0%A5%87%E0%A4%9F%E0%A4%B0%E0%A5%8D%E0%A4%9C%E0%A4%BC/
21- https://adulterationkills.blogspot.in/p/blog-page.html
22- http://www.hindiparagraph.com/law/adulteration/paragraph-on-adulteration-in-hindi-language/1672
23- http://literature.awgp.org/akhandjyoti/1964/November/v2.28
24- adulterationkills.blogspot.in/2014/12/masale-me-milawat-adulteration-in-spices.html
25- http://upbhoktamanch.blogspot.in/
26- http://www.himshimlalive.com/?p=3290
27- https://www.youtube.com/watch?v=TYe0HWzOoHg
28- http://hindi.knowledgeuniverseonline.com/ntse/Economics/upbhogata-shoshan.php

29- http://www.khabarindiatv.com/business/news-tips-to-know-how-pure-your-gold-is-29.html?page=5
30- https://hindi.news18.com/photogallery/gold-real-gate-how-to-how-to-identify-real-gold-tips-gold-market-385065-3.html
31- http://aajtak.intoday.in/video/buying-gold-today-is-not-a-good-advice-1-786604.html
32- https://hi.wikihow.com/%E0%A4%AA%E0%A4%A4%E0%A4%BE-%E0%A4%B2%E0%A4%97%E0%A4%BE%E0%A4%8F%E0%A4%82-%E0%A4%95%E0%A4%BF-%E0%A4%B8%E0%A5%8B%E0%A4%A8%E0%A4%BE-%E0%A4%85%E0%A4%B8%E0%A4%B2%E0%A5%80-%E0%A4%B9%E0%A5%88-%E0%A4%AF%E0%A4%BE-%E0%A4%A8%E0%A4%95%E0%A4%B2%E0%A5%80%E0%A5%A4
33- https://homeomart.net/about/homeopathy-in-hindi-medicines-list-buy-online/
34- https://hi.wikipedia.org/wiki/%E0%A4%B8%E0%A4%BE%E0%A4%AE%E0%A4%BE%E0%A4%A8%E0%A5%8D%E0%A4%AF_%E0%A4%A6%E0%A4%B5%E0%A4%BE
35- https://www.helprx.info/generic-medications-discounts
36- http://www.circularknittingmachinesale.com/blog/hi/news/157.html
37- https://www.barnhardtcotton.net/blog/know-fibers-cotton-vs-viscose-rayon/
38- http://onlyayurved.com/kitchen/oil-ghee/identity-of-real-ghee/
39- https://www.facebook.com/myhealthtimes/posts/1608041689471270
40- https://adulterationkills.blogspot.in/p/adulteration-in-desi-ghee-6.html
41- https://adulterationkills.blogspot.in/p/blog-page_5.html
42- https://www.bhaskar.com/news/MH-MUM-OMC-steps-to-detect-the-milk-adulteration-5315201-PHO.html
43- https://books.google.co.in/books?id=AxC8DQAAQBAJ&pg=PA110&lpg=PA110&dq=icecream+me+milawat&source=bl&ots=rhgQjhBpd9&sig=k_nSWjb5pHNUJzsujXlEnSaGnVk&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwj2rJSakszWAhUFSI8KHT2aDL04ChDoAQhVMAc#v=onepage&q=icecream%20me%20milawat&f=false
44- http://abpnews.abplive.in/health-news/are-you-eating-ice-cream-or-frozen-dessert-596658
45- http://www.jansatta.com/health-news-hindi/difference-between-ice-cream-and-frozen-dessert/236071/
46- http://ersndp.blogspot.in/2014/12/blog-post.html
47- http://bspabla.com/%E0%A4%B8%E0%A4%BE%E0%A4%AC%E0%A5%81%E0%A4%A8/
48- https://www.healthbeautytips.co.in/%E0%A4%B8%E0%A4%BE%E0%A4%AC%E0%A5%81%E0%A4%A8-%E0%A4%95%E0%A5%87-%E0%A4%A8%E0%A5%81%E0%A4%95%E0%A4%B8%E0%A4%BE%E0%A4%A8-side-effects-of-soap/
49- https://adulterationkills.blogspot.in/p/chandivarakhsilver-foil-is-not.html
50- https://m.dailyhunt.in/news/india/hindi/rochakkhabare-epaper-rochke/mithai+par+chadha+chandi+ka+vark+khane+layak+hai+ya+nahi-newsid-70814091
51- https://www.bhaskar.com/news/UP-LUCK-ways-to-detect-adulteration-in-food-material-during-holi-festival-news-hindi-5536628-PHO.html?seq=12
52- http://cashewindia.org/cashew-grades
53- http://www.onlymyhealth.com/health-slideshow/how-dry-fruits-can-be-harmful-for-health-in-hindi-1430197006.html
54- http://cajuco.com/blog/whole-premium-cashews/
55- http://bharatdiscovery.org/india/%E0%A4%AC%E0%A4%BE%E0%A4%A6%E0%A4%BE%E0%A4%AE
56- http://susangrih.blogspot.in/2015/04/almonds-american-vs-mamra.html
57- http://www.upcharaurprayog.com/2016/04/raisins-health-benefits.html

58- http://hindi.webdunia.com/article/health-care/%E0%A4%98%E0%A4%BE%E0%A4%A4%E0%A4%95-%E0%A4%B9%E0%A5%88-%E0%A4%AF%E0%A4%B9-%E0%A4%AE%E0%A4%BF%E0%A4%B2%E0%A4%BE%E0%A4%B5%E0%A4%9F-110072100018_1.htm
59- http://www.myupchar.com/tips/almond-benefits-and-side-effects-in-hindi/
60- https://adulterationkills.blogspot.in/p/saffron-known-as-kesar-in-india-is.html
61- http://the2ishindi.com/?p=4673
62- http://www.upcharaurprayog.com/2015/10/these-toxic-fruit-and-vegetables.html
63- https://www.youtube.com/watch?v=BebNsezt6r0&t=21s
64- https://www.youtube.com/watch?v=8-Bhdnpr6BA
65- https://www.youtube.com/watch?v=A2GkPda6-Zs
66- https://www.youtube.com/watch?v=A2GkPda6-Zs&t=1s
67- https://www.youtube.com/watch?v=A2GkPda6-Zs&t=1s
68- http://www.amarujala.com/fashion/fashion-tips/tips-to-purchase-gold-jewellery

परिशिष्ट 'क' राज्यों के हेल्पलाइन नं0

तालिका

Sl. No.	Name of State	Helpline No.	Date of Establishment	Run By
1.	आन्ध्र प्रदेश	1800—425—0082, 1800—425—2977	2009	सरकार द्वारा
2.	अरुणाचल प्रदेश	1800—345—3601		सरकार द्वारा
3.	असम	1800—345—3611		
4.	बिहार	1800—345—6188	15.03.2011	सरकार द्वारा
5.	छत्तीसगढ़	1800—233—3663	21.01.2008	सरकार द्वारा
6.	गुजरात	1800—233—0222, 079—27489945 / 46	24.12.2008	Consumer Education and Research Centre (CERC)
7.	हरियाणा	1800—180—2087	12.08.2013	सरकार द्वारा
8.	हिमाचल प्रदेश	1800—180—8087		सरकार द्वारा
9.	झारखण्ड़	1800—3456—598	अगस्त, 2015	सरकार द्वारा
10.	कर्नाटक	1800—425—9339	20.10.2008	सरकार द्वारा
11.	केरल	1800—425—1550	07.07.2009	सरकार द्वारा
12.	मध्य प्रदेश	0755—2559778, 0755—2559993	01.01.2012	सरकार द्वारा
13.	महाराष्ट्र	1800—2222—62	15.09.2011	Consumer Guidance Society of India (NGO)
14.	मणिपुर	1800—345—3821	31.01.2013	राज्य सरकार
15.	मिजोरम	1800—231—1792	2009	सरकार द्वारा
16.	नागालैण्ड़	1800—345—3701 /	24.12.2011	सरकार द्वारा

		037022922232		
17.	उड़ीसा	1800—345—6724, 1800—345—6760, 0674—2351990, 0674—2350209	03.05.2010	
18.	राजस्थान	1800—180—6030	15.03.2011	Consumers Action & Network Society
19.	सिक्किम	1800—345—3209	मई, 2009	सरकार द्वारा
20.	तमिलनाडू	044—2859—2828	02.11.2009	सरकार द्वारा
21.	तेलंगाना	1800—425—00333	2015	
22.	त्रिपुरा	1800—345—3665		
23.	उत्तरप्रदेश	1800—1800—300	19.02.2014	सरकार द्वारा
24.	उत्तराखण्ड़	1800—180—4188	15.03.2014	सरकार द्वारा
25.	पश्चिम बंगाल	1800—345—2808	24.12.2011	सरकार द्वारा
26.	दादर नगर हवेली	91—976—212—1200, 1800—233—4004	21.01.2014	सरकार द्वारा
27.	दमन—द्वीप	91—976—212—1200		
28.	पण्डिचेरी	1800—425—1082, 1800—425—1083, 1800—425—1084, 1800—425—1085	15.03.2015	

परिशिष्ट 'ख' न्यूज पेपर कटिंग


आइसक्रीम के नाम पर जमा हुआ तेल खिला रही हैं कम्पनियां!


दैनिक भास्कर 25-8-2009

धीमी मौत दे रहा मिर्च पाउडर

मिलावट अस्थमा, एलर्जी, किडनी व बोनमैरो डैमेज का खतरा, रुक सकती है बालों की ग्रोथ

क्या मिलाया जाता है?

ऐसे करें पहचान




IV पंजाब केसरी सोमवार MONDAY 1 अगस्त 2011

खुलेआम बिक रही जहर की पुड़िया

नाम दिया गया है आयुर्वेदिक दवा, न कोई लाइसेंस, न अनुमति, युवा वर्ग आ रहा है जकड़ में

स्कूलों के पास बनी बीड़ी-सिगरेट की दुकानों पर मिलती है पैकिंग

यमुनानगर, 31 जुलाई (त्यागी) : एक ओर तो सरकार व प्रशासन नशे के खिलाफ कई प्रकार की मुहिम चलाकर युवा व बच्चों को नशे से दूर रखने का प्रयास कर रही है, वहीं दूसरी ओर प्रशासन के नाक तले पान, बीड़ी व सिगरेट की दुकानों पर आयुर्वेद दवा के नाम पर सरेआम ऐसा नशा बेचा जा रहा है जो युवाओं के साथ-साथ बच्चों को भी अपनी जकड़ में लेता जा रहा है।

स्कूल-कालेजों के आसपास बनी पान, बीड़ी की दुकानों पर इस जहर को मनुक्का वटी के नाम से बेचा जा रहा है। इस प्रकार के नशीले तत्वों के खुलेआम मिलने से अभिभावक चिंतित हैं। कभी आयुर्वैदिक दवा के नाम पर तो कभी स्वास्थ्य बूटी के नाम पर बच्चों और युवाओं को इस प्रकार का नशा परोसा जा रहा है। इन दिनों शहर के हर बीड़ी-सिगरेट विक्रेता की दुकान पर इस प्रकार एक नशे की पैकिंग बेची जा रही है। हालांकि इस नशे की पैकिंग पर लिखा है कि इसे अपने वैद्य की सलाह से ही लें लेकिन यह इतने छोटे अक्षरों में लिखा होता है कि कोई इसे पढ़ ही नहीं सकता। नशे की इस पैकिंग में भांग जैसी कोई वस्तु दिखाई देती है और उसके खाने से अजीब सा नशा हो जाता है जो कि नशा करने वाले को किसी काम का नहीं छोड़ता। इस नशे के बारे में ऐसी जानकारी मिली है कि पहली बार इस नशे को करने वाला तो दिन भर उठने की स्थिति में भी नहीं रहता।

अनुमति की। एक से 2 रुपए में बिकने वाले इस नशे का प्रचलन दिन-प्रतिदिन बढ़ता जा रहा है। स्कूल कालेजों के आसपास बनी बीड़ी-सिगरेट की दुकानों पर मिलने वाली जहर की इस पुड़िया के दीवानों की संख्या लगातार बढ़ रही है। यदि जल्द ही इस पर काबू न पाया गया तो आने वाले समय में यह युवाओं के लिए मुसीबत बन सकता है।

चलाया जाएगा जागरूकता अभियान : एस.एम.ओ.

"आयुर्वेद दवा के नाम पर बिक रहे नशे के संबंध में जब जिला आयुर्वैदिक अधिकारी डा. सतपाल से बात की गई तो उन्होंने बताया कि इस संबंध में उन्हें अभी तक कोई जानकारी नहीं है। उनका कहना है कि यदि आयुर्वेद दवा के ..."


पंजाबकेसरी 21 अगस्त 2017

खाद्य पदार्थों में मिलावट पर रोक क्यों नहीं

विनीत नारायण

www.vineetnarain.net

सम्पर्क: 011-26566830, mail@vineetnarain.net



As consumers, we have so much power to change the world just by being careful in what we buy.

ISBN 978-93-5473-118-1